ESTUDIO SOBRE EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LAS ZONAS DE PESCA DE ANDALUCÍA

FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA Y DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES LIGADAS A LA PESCA REALIZADAS POR MUJERES

EMPRENDEDORAS EN LAS ZONAS DE PESCA DE ANDALUCÍA

Fomento de la cultura emprendedora y de las actividades empresariales ligadas a la pesca, realizadas por mujeres

GDP LEVANTE ALMERIENSE

GDP ALMERÍA OCCIDENTAL

GDP GRANADA-MOTRIL

GDP PROVINCIA DE MÁLAGA

GDP CÁDIZ-ESTRECHO

GDP COMARCA NOROESTE DE CÁDIZ

GDP COSTALUZ DE HUELVA

ESTUDIO SOBRE EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LAS ZONAS DE PESCA DE ANDALUCÍA

DIVULGACIÓN

EMPRENDEDORAS EN LAS ZONAS DE PESCA DE ANDALUCÍA

Fomento de la cultura emprendedora y de las actividades empresariales ligadas a la pesca, realizadas por mujeres

FINANCIAN

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Pesca

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

PROMUEVEN

GDP Almería Occidental
Adra y Roquetas de Mar

Grupo de Desarrollo Pesquero
Cádiz - Estrecho

GDP CostaLuz

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO
LEVANTE ALMERIENSE

Dirección del proyecto: Pedro J. Cayuela > surends

Asistencia técnica: ISOMER Soc. Coop. And.

ÍNDICE

1. Introducción 7

2. 14 mujeres la mar de emprendedoras 11

Clave del éxito empresarial: perfil sociodemográfico de la emprendedora

Mª ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL INGENIO SAN JOSÉ, SALAZONES Y SEMICONSERVAS 13

Clave del éxito empresarial: situación laboral y económica de la emprendedora

INMACULADA GALLEGO BERNAL COCEDERO, FREIDURÍA Y MARISQUERÍA "DE LA RED AL PLATO" 18

AMALIA VILLA DÍAZ PESCADERÍA AMALIA 23

Clave del éxito empresarial: relación con el emprendimiento

ANA MUÑOZ GUERRERO LA BOUTIQUE DEL MAR 28

Clave del éxito empresarial: perfil de la actividad

MANUELA GÓMEZ SANTANA SALINAS BIOMARIS FLOR DE SAL 33

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ CHIN CHIN'S BAR 38

Clave del éxito empresarial: asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales

MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO LIMPIEZAS ADRA MULTISERVICIOS 43

Clave del éxito empresarial: uso de tecnología

ASUNCIÓN FUENTES FLORES BLOOPER SERVICIOS NÁUTICOS 48

Clave del éxito empresarial: respuesta institucional recibida

MARÍA GARCÍA RUIZ GELATO & CAFÉ DI MARTINO 53

Clave del éxito empresarial: creación de empleo

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ CHIRINGUITO LA CANALETA 58

Clave del éxito empresarial: aumento de la diversificación económica del territorio

MANUELA POMARES MORGADO FOREDUNES, CENTRO DE FORMACIÓN EN CC BIOLÓGICAS Y AMBIENTALES 63

MARÍA RIVERA GARCÍA FLORISTERÍA GARY FLOR 69

Clave del éxito empresarial: innovación

SHONIA CRUZ IBARRA TURISMO MARINERO COSTA DEL SOL 73

Clave del éxito empresarial: fomento de la igualdad de oportunidades y visibilización del peso de las mujeres

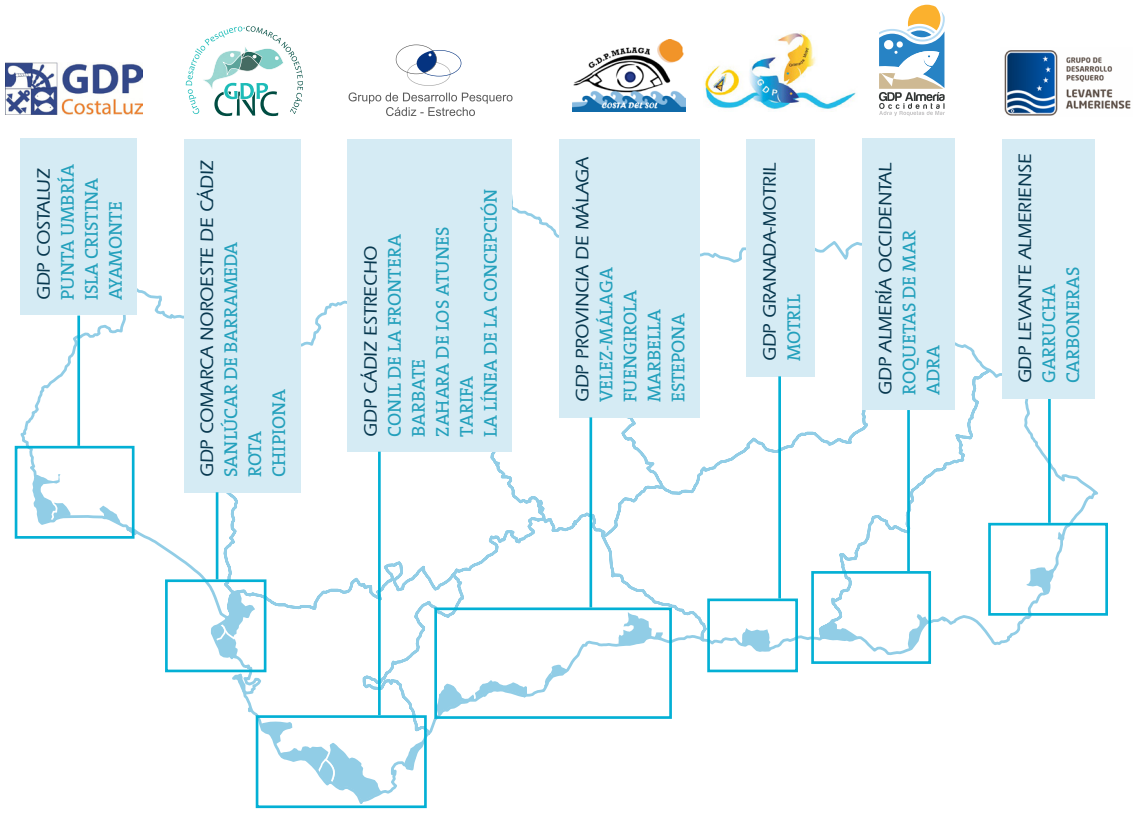
MARIANA GARCÍA AGUILERA PESCADERÍA EL CHITO 77

3. Cuestionario de autodiagnóstico emprendedor 83

Proyecto

Descripción, objetivos y localización

Con el proyecto Emprendedoras en las Zonas de Pesca de Andalucía, los 7 Grupos de Desarrollo Pesquero de la Comunidad Autónoma de Andalucía, han cooperado con la finalidad de fomentar la cultura emprendedora y las actividades empresariales ligadas a la pesca realizadas por mujeres, a través de la visibilidad y el efecto demostrativo de las mejores experiencias que en ese ámbito se han identificado en las zonas de pesca de Andalucía.



Esta cooperación entre los GDPs ha permitido obtener una visión global del emprendimiento femenino en todas las Zonas de Pesca de Andalucía, ampliando así el campo donde detectar aquellos casos de éxito a partir de los cuales buscar "predictoras" del logro empresarial e identificar emprendedoras susceptibles de transferir competencias a potenciales nuevas emprendedoras.

FINALIDAD

Promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el sector pesquero andaluz y el desarrollo social y la diversificación económica de las zonas

Los objetivos del proyecto se han concretado en:

Análisis	Diagnóstico
Primero, conocer la realidad del emprendimiento femenino en todas las zonas de pesca de Andalucía y hacer un inventario de las actividades empresariales realizadas por mujeres, ligadas al sector.	A partir de ello, seleccionar las experiencias exitosas en cada zona y convertirlas en ejemplos demostrativos para el resto de mujeres del sector.
Visibilidad	**Dinamización**
Dar visibilidad a las experiencias emprendedoras de éxito promovidas por mujeres en las zonas de pesca de Andalucía y en general a los resultados del proyecto.	Y finalmente, diseñar y proponer acciones coordinadas de los GDPs para promover el emprendimiento femenino en el sector y apoyar técnica y financieramente nuevos proyectos emprendedores.

Actuaciones y Productos

Las actividades llevadas a cabo con motivo de la ejecución del proyecto en:

Los resultados del trabajo de investigación que ha dado soporte a la ejecución del proyecto, se presentan ahora, en este Estudio sobre el Emprendimiento Femenino en las Zonas de Pesca de Andalucía.

1. Introducción

Formulación de casos prácticos

En los últimos años asistimos a un profundo cambio del mercado de trabajo. Las nuevas circunstancias económicas, sociales y políticas afectan al mundo laboral de forma acuciante, modificando incluso el estilo de vida de la ciudadanía. En este sentido, el empleo femenino ha jugado, y de debe jugar, un papel relevante, más aun en zonas y sectores con especiales dificultades y necesidades de transformación como el pesquero.

Aunque es cierto que se ha ido gestando y legislando en materia de igualdad de oportunidades en lo que al acceso al mercado laboral se refiere, la realidad analizada a lo largo de este estudio pone de manifiesto que aún queda mucho por hacer en este sentido en las zonas pesqueras de Andalucía. La evidencia empírica no deja lugar a dudas: los índices de participación femenina en el sector pesquero andaluz siguen siendo muy bajos.

Así queda patente al analizar la propensión a emprender. Pero, aunque en un número todavía insuficiente, en los municipios pesqueros andaluces se localizan ejemplos de mujeres que han apostado por emprender y que, además, con su experiencia y buen hacer, ponen de manifiesto que el timón del cambio por un aumento de la diversificación de las zonas pesqueras está en sus manos. A lo largo de los siguientes casos prácticos veremos cómo han sido capaces de superar tanto las barreras de tipo externo, tales como los problemas de financiación, el acceso a las redes de información, la negociación y en algunos casos a la internacionalización; como a los de carácter personal, es decir, las motivaciones que les llevan a emprender, el perfil de emprendedora, la asunción del riesgo, la innovación o las dificultades de conciliar trabajo y familia.

A continuación os proponemos un ejercicio de reflexión y análisis desde los factores personales y del entorno de dos experiencias exitosas de mujeres emprendedoras, determinando las claves que las empujan a emprender y consolidar su proyecto empresarial. Es decir, analizaremos desde su perfil (edad, nivel formativo, cargas familiares, la situación laboral previa, la satisfacción profesional, los antecedentes emprendedores, la motivación para emprender, etc.), el proyecto empresarial (tipo de actividad, pertenencia a asociaciones, el uso de tecnologías de la comunicación e información, o el respaldo institucional ante su proyecto emprendedor), para finalizar analizando el impacto de dicho proyecto tanto en la zona pesquera de actuación como en la visibilización del peso que la mujer tiene en su desarrollo socioeconómico.

Y es que muchas veces no somos capaces de ver y valorar la labor de estas emprendedoras. Por eso, es el momento de conocer experiencias reales de nuestro entorno más cercano que nos muestran que es posible realizar un proyecto emprendedor y, atendiendo al índice de éxito empresarial diseñado en el marco del proyecto, tener éxito.

Casi todas las personas cuando decidimos emprender pensamos que necesitamos una idea de negocio original para triunfar. Nada más lejos de la realidad. Todos y todas si nos ponemos a ello somos capaces de pensar en al menos una idea de negocio, simplemente analizando las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Lo que realmente tiene valor, en todo este proceso, es que seamos capaces de convertir esa idea en algo rentable y viable. Y eso es precisamente lo que hacen las empresarias que os mostramos a continuación.

La técnica

La presentación de una experiencia es una oportunidad para involucrar a más personas y que participen tanto en la discusión del caso como en proceso de reflexión en grupo. Bajo esta perspectiva se trata, en general, de fomentar el emprendimiento femenino en las Zonas de Pesca de Andalucía desde la innovación y la creatividad.

Con esta dinámica buscamos que las mujeres destinatarias de los casos prácticos se pongan en el lugar de esas otras mujeres emprendedoras en el sector pesquero de Andalucía. De esta forma, podrán conocer de cerca las claves para que sean empresarias de éxito. Los casos prácticos que os presentaremos aportan datos concretos y reales para reflexionar, analizar y discutir en grupo las posibles salidas a un problema de iguales características.

Objetivos de la técnica

1. Analizar el caso real de una emprendedora de la Zona Pesquera, los problemas encontrados a la hora de emprender.
2. Determinar un método de análisis de un proyecto.
3. Adquirir agilidad en determinadas alternativas o acciones.
4. Tomar decisiones.

Las mujeres que participen en la dinámica aplicarán estas ideas y conocerán y valorarán los casos de éxito de empresarias. Conocerán ejemplos reales y podrán adquirir habilidades y motivaciones para la búsqueda de alternativas para desarrollar su idea de negocio.

Centraremos la dinámica en dos grandes aspectos fundamentales:

1. Descubrir los hechos clave:
   a. Hechos significativos referidos a la emprendedora seleccionada.
   b. Hechos relacionados con aspectos y variables contextuales a la hora de emprender.
   c. Hechos vinculados a la relaciones interpersonales.

2. Descubrir relaciones significativas que se dan entre los hechos:
   a. Determinación de las claves del éxito del proyecto emprendedor.
   b. Identificar los momentos decisivos en su proyecto emprendedor.

Fases de la dinámica

1. Para ello, en primer lugar, deberán leer la historia de vida tomando conciencia de la situación y experiencia que se describe.
2. Deberán realizar un trabajo de carácter individual en el que se dé respuesta a las preguntas planteadas en relación al caso presentado, extrayendo los elementos descriptivos principales de dicha experiencia.
3. Se realizará un contraste de opiniones, un análisis común de la experiencia y se buscará consenso en la clave de éxito de la experiencia emprendedora.
4. En esta fase se plantearán hipótesis sobre las ideas de negocio que puedan tener las mujeres que participen en la dinámica, aplicando los conocimientos adquiridos de los casos prácticos.

2. 14 mujeres la mar de emprendedoras

Clave del éxito empresarial: perfil sociodemográfico de la emprendedora
MARÍA ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL

MARÍA ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL

Superando crisis

CASO PRÁCTICO

INGENIO SAN JOSÉ, SALAZONES Y SEMICONSERVAS Motril (Granada)

A continuación presentamos la historia de Mª Encarnación, empresaria consolidada de Motril vinculada con el sector pesquero por su marido pescador y de familia de pescadores. Con 50 años de edad, destaca por un alto nivel de formación y porque ha sabido aplicar sus conocimientos teóricos al desarrollo de su proyecto empresarial. A pesar de encontrarse en un momento crítico, ya que algunos de sus clientes más importantes se han visto obligados a cerrar, esta emprendedora resalta por su vitalidad y amabilidad.

Los estudios de Encarnación le han ayudado en muchos sentidos, pero también le han dado seguridad a la hora de moverse y buscar líneas de apoyo y financiación. Cuando empiezan su andadura, ella y su marido ven que hay una Orden Europea que financia los proyectos de pesca pero hasta el momento tan sólo se habían concedido este tipo de ayudas a los barcos, nunca a empresas diferentes a las de pesca extractiva. Con esta información van a la Delegación Provincial de Pesca de Granada que les comentan el desconocimiento del tema. Deciden ir a Sevilla a la Consejería competente en esta materia, obteniendo la misma respuesta pero con un matiz importante *aunque nunca se haya solicitado, si existe y reunís los requisitos lo intentaremos.* Tras iniciar los trámites consiguieron una subvención para poder adaptar el local, años después consiguen otra de ampliación, en este sentido la relación y la opinión de Encarnación sobre la Consejería y la Diputación es muy buena, comenta que siempre le han apoyado mucho y le han informado de todo.

Casada (su pareja es también su socio en la empresa) y con tres hijos, ha sido ella quien se ha encargado de la educación y cuidado de su familia así como del trabajo en el hogar, aunque no ve en esta situación, tan generalizada, un obstáculo o barrera en su desarrollo profesional, es más *antes de tener claro que quería ser empresaria tenía claro que quería ser madre, esto siempre ha sido una prioridad.*

Al trabajar por cuenta propia ha podido organizar trabajo y horarios, algo que reconoce no habría sido posible si hubiera trabajado por cuenta ajena. Ella ha querido encargarse personalmente de llevar a sus hijos al colegio, ir a las reuniones de la AMPA, preparar la comida y sentarse a la mesa. Comenta que, mientras sus hijos estaban en clase ella trabajaba en la empresa y que hasta que no han sido adultos no le han reconocido su esfuerzo y trabajo en esta área porque, a excepción de temporadas con pedidos muy numerosos, no la veían trabajando fuera del hogar.

MARÍA ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL
Superando crisis

Encarnación terminó de estudiar empresariales, se casó y se fue a vivir con su marido. La familia de este tenía el local donde ahora se encuentra la fábrica de *Ingenio San José,* y eran trabajadores del sector pesquero. Encarnación y Mario, su marido, deciden comprarla para emprender este proyecto: *mi marido era del sector, lo conocía y muchas veces la gente del mar sólo saben o quieren dedicarse al mar.*

Tienen que superar algunos enfrentamientos familiares y los problemas de financiación, pero consiguen desarrollar su proyecto: *todo ha sido muy difícil desde el principio, ten en cuenta que aunque mi familia me apoyó mucho tanto anímica como económicamente, éramos jóvenes y asumimos esta empresa con una letra de 500.000 pesetas de las de entonces al mes, te puedes imaginar.*

Los antecedentes familiares de ambos son muy importantes porque aunque Encarnación no proviniese del sector pesquero su padre era autónomo del sector agrícola, y reconoce que esto le ha inculcado también un espíritu emprendedor y una forma de hacer empresa. Su pareja, como experto en el sector, conocía perfectamente sus productos y cómo venderlos y ella con sus conocimientos del funcionamiento empresarial por un lado y de la manipulación de pescados por otro, formaban un tándem fuerte con el que comenzar su aventura empresarial.

Reconoce que si hubiese desarrollado su carrera de otra forma, como preparándose unas oposiciones, su vida habría sido distinta y actualmente tendría una estabilidad que no le da su empresa pero por otro lado también comenta que su proyecto le ha dado mucha felicidad y aunque ahora esté en un momento malo cree que remontará y seguirá adelante, con la satisfacción que eso supone. Encarnación es una mujer que asume riesgos y esto la capacita para reponerse de las distintas crisis que, de una forma u otra, atacan el sector: *nosotros siempre estamos en crisis, desde el principio hasta ahora pero como decimos mientras haya pescado habrá empresa*.

La fábrica Ingenio San José vende pescado fresco al por mayor y, con la idea de hacer llegar a la población una práctica realizada desde siempre en el municipio de Motril, hace recetas tradicionales de arenques en salazón y boquerón seco o '*espichá*' motrileña, todo ello sin productos añadidos. Destinada esta última al mercado local principalmente, este es uno de los productos que se están planteando introducir en otros mercados y territorios.

Además envasaba las doradas de la Piscifactoría de Salobreña, lo cual triplicó su trabajo e hizo que pidiera una subvención para poder asumir estos encargos pero ahora la Piscifactoría ha cerrado, y está intentando superar los problemas que esto conlleva..

Podríamos decir que las señas de identidad de Ingenio San José, Salazones y Semiconservas son la honestidad y la calidad de los productos que vende, de ahí la fidelización de su clientela con la que lleva trabajando desde que iniciaron el primer pedido. Exporta a todo el territorio nacional sus arenques en salazón a través de importantes cadenas de distribución como las de los supermercados Eroski o Covirán, aunque también se pueden encontrar en otros establecimientos.

MARÍA ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL
Superando crisis

No pretende enriquecerse, sólo busca un medio de vida que cubra *mis necesidades y las de los míos, que mis hijos puedan acabar sus carreras* y la satisfacción personal que es la que le da el reconocimiento de sus productos, e ir superando los problemas que le van surgiendo.

Ser mujer dentro del sector pesquero no es para ella una barrera ni lo ha sido. Aunque reconoce que el sector pesquero es muy machista en general: *están 20 años atrás.*

A modo de conclusión

Las perspectivas de futuro no están claras, y quién sabe, su vida puede dar un giro. Amante de la restauración puede que, una vez pague los créditos pendientes por ampliaciones y que sus hijos sean independientes, cierre este proyecto y monte un pequeño restaurante en el que sirva *comidas decentes, bien hechas y con pescado de calidad porque comer fuera no tiene que significar comer mal o muy caro.* Dejamos una puerta abierta al futuro empresarial de esta emprendedora...

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Mª Encarnación decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Mª Encarnación:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Mª Encarnación puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

MARÍA ENCARNACIÓN GRANADOS CARACUEL
Superando crisis

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"Nunca te quejes del ambiente o de los que te rodean, hay quienes en tu mismo ambiente supieron vencer, las circunstancias son buenas o malas según la voluntad o fortaleza de tu corazón"
(Pablo Neruda)

Clave del éxito empresarial:
situación laboral y económica de la emprendedora
INMACULADA GALLEGO BERNAL

INMACULADA GALLEGO BERNAL
Una apuesta de futuro

CASO PRÁCTICO

FREIDURÍA MARISQUERÍA "DE LA RED AL PLATO". Chipiona (Cádiz)

Inmaculada y Ana María Gallego son dos hermanas vinculadas al sector pesquero, trabajan desde hace 17 años en la lonja de Chipiona, Ana María como subastadora e Inmaculada como administrativa. Esta última, además, está casada con un armador. Ambas declaran su pasión por el sector: *somos parte del sector, trabajamos y vivimos para él.*

La freiduría-marisquería "De la Red al Plato" surge como una apuesta por la diversificación del sector, y las hermanas Gallego lo hacen buscando el máximo beneficio para todas las personas vinculadas a la pesca. Comercializan el pescado de los barcos de Chipiona, garantizando un producto de la mejor calidad y a un buen precio.

El proyecto tiene su origen hace unos tres años, cuando estas emprendedoras ven como ha caído el precio del pescado fresco y que dicha situación no va a cambiar a corto o medio plazo. La única forma de darle un giro a esta realidad es apostando por diversificar, ofreciendo productos y servicios fundamentados en los productos pesqueros y eliminando el papel de los intermediarios, intentando que los beneficios obtenidos repercutan directamente en el sector y en las y los consumidores. De ahí el nombre del restaurante "De la red al Plato".

Con este planeamiento lanzan desde la Organización de Productores de Chipiona el proyecto, y proponen a todos sus trabajadores la realización de un proyecto cooperativo, un restaurante, que defendiese el pescado de la flota. Los empleados del restaurante serían los propios trabajadores de la lonja o sus familiares. Este planteamiento inicial de su idea de negocio no tuvo la aceptación que esperaban y no recibieron el apoyo necesario. Inmaculada comenta que se debió principalmente a las dificultades encontradas a la hora de hacer una inversión económica y al miedo a tener pérdidas. A pesar de no contar con el apoyo de los trabajadores de la lonja, estas emprendedoras deciden seguir adelante y cuentan con el apoyo del Grupo de Desarrollo Pesquero.

INMACULADA GALLEGO BERNAL
Una apuesta de futuro

Entre los beneficios de ser emprendedora, Inmaculada destaca la importancia de dar a conocer los productos de la zona a personas que no tienen acceso al pescado fresco, ver la satisfacción de sus clientes y, por último, la posibilidad de generar empleo. Este es uno de los aspectos que más satisfacción le produce y espera aumentar el número de clientes y, así, poder contratar a más gente. Pero se encuentra con un problema, la temporalidad, *nosotros vendemos sol, y sin sol la gente no viene y con este invierno las cosas no han ido muy bien, en otras zonas no, pero aquí dependemos del verano y con 40 días que tenemos ahora mismo fuertes es complicado mantener una empresa.*

Reconoce que emprender no es tarea sencilla, más aun en la situación actual de crisis económica, pero cuenta con el apoyo de su familia, tanto en el aspecto emocional como económico. Tiene un espíritu emprendedor y, en este sentido, la empresa que su marido lleva gestionando tantos años ha inculcado en ella una forma de hacer empresa. Una filosofía de empresa marcada por los valores cooperativos, que implica el desarrollo sostenible y productivo pero con un notorio compromiso social. De hecho, en estas empresarias queda claro su deber con el sector pesquero y con las personas que dependen de él.

Inmaculada destaca como muy positiva su relación con otras empresas tanto del sector pesquero, al que compra sus productos, como de empresas de la restauración. Afirma que el hecho de ser mujer dentro del sector pesquero no es para ella una barrera, aunque reconoce que es un sector machista, los años que lleva trabajando en la lonja hacen que se sienta con libertad a la hora de trabajar.

Para estas emprendedoras el principal objetivo de su empresa es la defensa del sector pesquero y los productos que comercializan, afianzar el restaurante y crear puestos de trabajo, siempre para personas del sector, ofreciendo una salida laboral a un sector en crisis.

A modo de conclusión

A Inmaculada le supone un gran esfuerzo, pero anima a otras mujeres a emprender, a aquellas mujeres que deseen hacerlo y que sean conscientes del trabajo y tiempo que implica. Las anima a buscar ideas y a formarse, ya que en el sector pesquero quedan muchos proyectos por desarrollar siempre desde la diversificación, y apunta que *quien no arriesga no gana*. Por último, destaca la importancia para este proceso del apoyo del entorno, pero también del institucional, y reivindica mayor ayuda financiera para las y los nuevos emprendedores.

INMACULADA GALLEGO BERNAL
Una apuesta de futuro

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Inmaculada decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Inmaculada:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Inmaculada puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

INMACULADA GALLEGO BERNAL
Una apuesta de futuro

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Comienza de nuevo. Cada vez que fracases empieza otra vez y te harás mas fuerte hasta que finalmente logres tu propósito*"
(Anne Sullivan)

Clave del éxito empresarial:
situación laboral y económica de la emprendedora
AMALIA VILLA DÍAZ

AMALIA VILLA DÍAZ
Mujer capaz de reinventarse

CASO PRÁCTICO

PESCADERÍA AMALIA. La Herradura (Granada)

La historia de Amalia puede ser la de cualquiera de nosotras. Se trata de una emprendedora que no tiene estudios ni formación cualificada pero que desde muy joven ha estado trabajando en diferentes empresas y sectores: restaurantes, hoteles, fruterías, carnicerías, y por último en una pescadería. Es precisamente esta última experiencia la que le hace emprender en el sector pesquero. Está divorciada y tiene tres hijas de 22, 19 y 16 años. A sus 47 años es una empresaria con un modelo de emprendimiento nuevo (no más de tres años) y una cosa muy clara *no necesito a nadie, yo sola puedo hacerlo, y si esta pescadería no sale bien me iré a otro sitio a ponerla*.

En los objetivos de Amalia destaca la posibilidad de poder contratar a más gente (familiares), abrir otra pescadería y/o añadir una freiduría a su actual negocio. En cuanto a los límites, le gustaría moverse mejor por las redes sociales y crear una página web desde la que hacer venta online, pero actualmente no dispone de dinero suficiente para contratar a una persona experta que lo gestione, ni de tiempo para hacerlo ella misma. Pero se trata de los objetivos que se marca como empresaria y que pretende alcanzar.

Antes de montar su pescadería, estuvo 6 años trabajando en otra y debido a la situación económica actual le redujeron drásticamente la jornada laboral. Tras ver que el sueldo que tenía no era suficiente para cubrir sus gastos dejó este empleo y empezó a buscar trabajo, pero no encontró nada: *yo tengo una edad muy crítica que no me quieren en todos sitios, quieren niñas monas, cuerpos bonicos, edades cortas..., y cuando pasas de los 45 ¿dónde vas a trabajar?*.

Es ahí cuando se plantea crear su puesto de trabajo, y al conocer a la perfección cómo se gestiona una pescadería, decide que esa va a ser su empresa. Empieza a ver posibles municipios y se entera, gracias a un amigo, que en el mercado municipal de la Herradura se subasta un puesto, participa y, para su sorpresa, se lo conceden.

Los beneficios de la empresa son muchos, sobre todo en lo que a autoestima y autonomía personal se refiere. Aspira a ir creciendo durante los próximos años, consolidar su empresa y aumentar los beneficios económicos. No pretende hacerse rica, sino satisfacer sus necesidades personales y familiares.

La reacción de su entorno, aunque con miedo y cautela, fue muy positiva y de total apoyo. De hecho, según comenta Amalia, este apoyo ha sido y es fundamental para que pueda desarrollar su proyecto.

AMALIA VILLA DÍAZ
Mujer capaz de reinventarse

Como para mucha gente, los inicios no fueron buenos, ya que al no ser de La Herradura, por un lado, la clientela desconfiaba de ella, de los productos que vendía; y, por otro, reconoce que en el municipio hay un fuerte sentimiento corporativista que hace que se apoye a la población del municipio pero no a la de otros: *era una de fuera y por eso la gente no me quería comprar.*

Describe que muchos días volvía a su casa (y a veces aún lo hace) con *rechinar de dientes y llorando* porque no había vendido lo suficiente. Al vivir ella situaciones de necesidad, el pescado que no vendía no lo tiraba, se lo daba a sus familiares o amigas que lo estaban pasando también mal, y a sus vecinas.

Lejos de achicarse, Amalia que es una excelente comercial y sabe muy bien cómo trabajar de cara al público, para ganarse la confianza de sus clientes y fidelizarlos ha hecho tres cosas:

- Vender un pescado siempre fresco y de excelente calidad.
- Mantener unos precios asequibles a todas las familias.
- Por último, compra cada día una caja de "jurelillos y revoltillo" para regalar a sus clientes: *la gente te agradece que le regales un poquito de pescado.*

Con esta estrategia se está ganando la confianza y el aprecio de la gente del pueblo: *hay días que los abuelillos vienen solo para saludarme y decirme "que pescado más bonico tienes Amalia" y eso para mí es mucho porque vas viendo mejoras.*

Quiere que su empresa tenga un carácter familiar, cuando pueda contratar empezará por su hermana y cuñada. También le gustaría que sus hijas trabajen en verano con ella y poder pagarles un sueldo.

Hasta la fecha no ha acudido a ningún recurso público en busca de información, apoyo o alguna línea de subvención, pero reconoce que ha sido por desconocimiento y porque hizo las cosas muy deprisa. Comenta que es algo que piensa hacer cuando siga desarrollando su proyecto para que la asesoren y orienten. Como hemos apuntado, para consolidar su empresa le gustaría ampliar el negocio con una freiduría. Consciente de que los Grupos de Desarrollo Pesquero tienen una línea de apoyo en este sentido pretende acudir en breve a informarse.

A modo de conclusión

Amalia sabe bien que emprender no es fácil, es difícil e implica mucho tiempo y mucho esfuerzo, pero obtiene satisfacción y autonomía personal. Se trata de una persona muy trabajadora, optimista y constante que confía en que, como ya está sucediendo, irá consolidándose y avanzando en su proyecto empresarial.

Los efectos de la crisis en su negocio son palpables, muchas personas que han visto reducido su nivel adquisitivo prefieren comprar otros productos antes que pescado fresco que sigue considerándose como un producto caro. Pero no es algo que le dé miedo ni le impida seguir.

AMALIA VILLA DÍAZ
Mujer capaz de reinventarse

No ha sentido ningún rechazo o discriminación por motivos de género cuando va a la lonja a comprar, se siente muy bien. Anima a otras mujeres a emprender, pero resalta la importancia de tener clara la idea de negocio y una gran motivación: *aquéllas que tengan claro que quieren hacerlo, que adelante, que si les gusta y quieren hacerlo que lo pueden hacer perfectamente. Que el trabajo del sector pesquero no es un trabajo de hombres, que perfectamente pueden hacerlo las mujeres si quieren. Así que las animo, pero que también tengan cuidado que hay competencia y hay gente muy mala.*

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Amalia decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Amalia:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Amalia puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

AMALIA VILLA DÍAZ
Mujer capaz de reinventarse

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"Nunca te quejes del ambiente o de los que te rodean, hay quienes en tu mismo ambiente supieron vencer, las circunstancias son buenas o malas según la voluntad o fortaleza de tu corazón"
(Pablo Neruda)

Clave del éxito empresarial: relación con el emprendimiento

ANA MUÑOZ GUERRERO

Grupo de Desarrollo Pesquero
Cádiz - Estrecho

ANA MUÑOZ GUERRERO
Empresaria de horizonte marinero

CASO PRÁCTICO

APARTAMENTOS LA BOUTIQUE DEL MAR. Conil de la Frontera (Cádiz)

En la historia de Ana y en su faceta como emprendedora su padre juega un papel relevante. Con una empresa de exportación de pescado y una almadraba, es un empresario de éxito y un referente para Ana.

Yo tengo una figura que es mi padre y que para mí es lo más. Cuando tengo cualquier problema o necesito un consejo acudo a él y a nadie más, luego veo que hago. El me dice que adelante, es empresario, le gusta el negocio y para él es fundamental. Mi pareja encantada.

Reconoce que emprender es difícil pero que tiene una serie de bazas ganadas como el apoyo de su padre, sus aptitudes y su motivación -*tengo muy claro que quiero llegar alto y pienso desarrollar todo lo que pueda la boutique*- también unos recursos económicos propios que hacen que no tenga problemas de financiación.

Estudió administración y finanzas, y después estuvo dos años trabajando en la empresa de su padre llevando el papeleo y el área administrativa. De ahí ha sacado la experiencia necesaria para gestionar esa parcela de su empresa. Deja el empleo en la empresa familiar por tres motivos: el primero es que no le agrada el sector pesquero o más bien trabajar en él; en segundo lugar, quiere independizarse y gestionar un negocio propio al margen de su padre; y, por último, la mujer no tiene la misma legitimidad o autoridad que un hombre en este sector.

Me gustaba el tema de la hostelería, alojamientos, me gusta mucho tratar con la gente y ya que había trabajado de administrativa con mi padre. Sabía más o menos llevar un poco una empresa y el papeleo; decidí arriesgarme y aquí estoy.

El sector pesquero es machista. Mi marido trabaja con mi padre en la empresa, éste un día se jubilará y mi marido cogerá su cargo. Yo estaba sentada en una oficina ordenando papeles porque no puedo estar en un muelle esperando que llegue el pescado, porque a una mujer no le hacen tanto caso. Por eso me quise desviar. Mi marido está muy bien ahí, hace todos sus negocios perfectamente, yo no por eso me eché a un lado. A parte no me gusta ese trabajo.

Apartamentos la Boutique del Mar es una pequeña urbanización privada compuesta inicialmente por 7 apartamentos de lujo, con todo tipo de comodidades, vistas al mar y a pie de playa. Se ha cuidado al máximo la decoración de los apartamentos, diferenciándolos unos de otros, poniendo especial cuidado en los detalles (desde el textil de las toallas, a las sábanas, baños, sofás con puntos de relajación, etc.) y buscando el máximo

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

ANA MUÑOZ GUERRERO
Empresaria de horizonte marinero

confort de sus clientes. Cada uno tiene el nombre de un pescado, lo único que tienen en común es una terraza con jacuzzi privado por apartamento.

Conocedora de la actividad empresarial que se desarrolla en Conil de la Frontera y del tipo de oferta turística existente, sabía que lo fundamental era diferenciarse del resto de alojamientos, ofrecer un plus que resulte atractivo.

Aquí este proyecto no lo hay, hay muchos hoteles porque Conil vive prácticamente del turismo pero un proyecto como el mío no lo hay. Lo he hecho diferente al resto, es un pueblo que gusta mucho por las playas, el ambiente. Tenía que diferenciarme en algo y he intentado hacer algo fuera de lo común para atraer a la gente, que vengan a mí.

Consciente de la importancia de la publicidad, ha creado una página Web con información muy completa, tiene vídeos de los apartamentos en Internet (YouTube), se encuentra inscrita en las principales redes de reservas hoteleras, y también está presente en redes sociales, como Facebook.

Ana señala como un obstáculo a la hora de emprender el exceso documentación administrativa que hay que presentar antes de abrir un negocio: te *ponen muchas, muchas pegas, casi te quitan las ganas antes de empezar, es horroroso también el papeleo y el dinero que tienes que pagar entre tasas y demás, estuve año y medio antes de empezar solo con papeleo.*

Tras abrir el verano pasado y comprobar el éxito de la iniciativa, este invierno ha construido otros 7 apartamentos. Una vez recupere el dinero invertido, que ella calcula que será en unos 5 o 6 años, tiene intención de montar otra boutique en otro terreno que tiene y seguir trabajando obteniendo una rentabilidad económica alta.

Yo soy una persona que no me gusta estancarme, el año pasado puse los 7 apartamentos, este estoy poniendo otros 7 y voy a seguir esto no se va a parar aquí.

A modo de conclusión

Consciente de sus carencias formativas de cara al sector está estudiando inglés y cuando lo domine quiere estudiar alemán. La ampliación de conocimientos asociada a sus necesidades es fundamental para completar su proyecto empresarial.

Toda acción emprendedora implica la asunción de determinados riesgos y aconseja a las mujeres dispuestas a asumirlos que lo intenten, que no se paralicen por el miedo siempre que vean que es un proyecto viable a largo plazo y que disponen de los conocimientos y los medios necesarios para llevarlo a cabo.

El que no arriesga no gana, en esta vida hay que arriesgar. Yo no puedo pensar por todas las mujeres, es mi forma de pensar pero igual que lo hace el hombre tú te puedes buscar la vida perfectamente.

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

ANA MUÑOZ GUERRERO
Empresaria de horizonte marinero

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Ana decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Ana:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Ana puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

ANA MUÑOZ GUERRERO
Empresaria de horizonte marinero

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Lo que todavía nos falta a las mujeres aprender es que nadie te da poder. Simplemente lo tienes que tomar tú*" (Roseanne Barr)

Clave del éxito empresarial: perfil de la actividad

MANUELA GÓMEZ SANTANA

GDP CostaLuz

MANUELA GÓMEZ SANTANA
Surcando estereotipos de género

CASO PRÁCTICO

SALINAS BIOMARIS FLOR DE SAL. Isla Cristina (Huelva)

Lo primero que llama la atención de Manuela es su vitalidad a sus 58 años. Está casada, y tiene seis hijos. No tiene estudios universitarios y, hasta que decide poner en marcha su empresa, ha estado dedicada a las tareas del hogar y el cuidado de la casa. Su vinculación con el sector y con su actividad la encontramos en su padre que trabajaba en las salinas y que posteriormente se quedó con la explotación hasta que Manuela toma el relevo.

Cuando comunica su decisión de emprender su entorno familiar no lo acepta y también encuentra esta situación en los y las vecinas de su localidad. ¿Una mujer de casa ahora se va a dedicar a las Salinas? Si ella no sabe de nada, ¿cómo lo va a hacer?

Su marido tampoco confiaba mucho en ella como empresaria y, en la actualidad, intenta inmiscuirse en los asuntos de gestión de la empresa. Sin embargo, ella es firme en sus decisiones y, aunque haya disputas por este tipo de temas, ella es la responsable y es quien toma las decisiones. Tampoco parece que los consejos que le puedan dar sus hijos los tenga en consideración. Como ella no vea claro el tema, de nada le sirven los comentarios y consejos de otras personas.

La experiencia familiar que supone criar a seis hijos y dedicarse a la casa, son vivencias que ahora le influyen en su filosofía de empresa. Un ejemplo es el tema de los precios de los productos. Ella prefiere mantener unos precios que sean asequibles para que todas las familias puedan comprarlos. Sus vivencias en el pasado que le hicieron enfrentarse a situaciones de necesidad tienen mucho que ver con ahora uno de sus valores intrínsecos sea el de la solidaridad. Una especie de responsabilidad con los otros que le lleva a poner precios a sus productos para que los puedan consumir todo tipo de familias. La cuestión económica supone conflictos con sus hijos, que tienen una visión más "economicista" de la empresa que "humanista" de la empresaria.

Tres son las cuestiones que caracterizan la empresa de las Salinas Flor de Sal. (1) La primera cuestión que destacaremos de la empresa es su carácter familiar. (2) La segunda, el carácter artesanal de la explotación salinera. (3) La tercera, el carácter innovador de la empresaria que no cesa en crear nuevos y novedosos productos relacionados con la sal.

Manuela se convierte en empresaria hace unos diez años. Las Salinas fueron propiedad de una empresa privada alemana que inicia la actividad en el año 1955. Una empresa privada pero con trabajadores de la

zona de Isla Cristina. De hecho, el padre de Manuela siempre trabajó en estas salinas. A su padre le ofrecen quedarse con las salinas y será el que coja el relevo cuando se lo ofrece la empresa alemana. Su padre enferma y decide tomar ella las riendas de la empresa pero con la inestimable colaboración y ayuda de su padre.

Mantiene el carácter familiar de la empresa hasta el punto de emplear a sus hijos en la empresa en caso de necesidad. Tiene una persona contratada durante todo el año y en época de campaña, y si es necesario, contrata a más personas. Eso sí, como decíamos, preferentemente a sus hijos. En la actualidad su hija (al estar desempleada) trabaja en atención al público en las salinas.

Al carácter familiar de la empresa se añade uno de los sellos que distingue a Salinas Flor de Sal del resto de competidores. La empresaria no duda en dejarlo muy claro desde el comienzo de la entrevista e insiste en varias ocasiones durante la conversación que mantenemos mientras visitamos las salinas. Identifica a su empresa como pionera. Salinas Biomaris Flor de Sal, insiste Manuela, es la única salina que mantiene la tradición como valor añadido de sus productos (explotación salinera artesanal). Mantiene lo artesanal en la extracción de sal. Extraer sal y comercializarla es a lo que siempre se ha dedicado la empresa.

Manuela apuesta por la innovación de los productos que, en la actualidad, elabora Salinas Flor de Sal. Uno de ellos que fue toda una novedad en las salinas y que tiene un impacto tremendo en el mercado de ventas, es la elaboración de la flor de sal. Un producto que nunca se había realizado allí y que gracias a un cliente empezó a elaborar. La flor de sal es la fina capa que se origina encima de la sal y que tiene un proceso delicado de elaboración. La empresaria inicia este tipo de extracción que no deja de producir y comercializar en la actualidad, como decíamos, con un impacto tremendo en el mercado. A partir de esta iniciativa no duda en innovar con la sal ofreciendo variados y originales productos combinados con sal: escamas de sal, sal barbacoa, sal ahumada, sal cebolla, sal curry, sal alhucema, aceites derivados de la sal... Insiste en la importancia de ampliar y explotar otras salinas de la zona pero la Administración es reticente en este tipo de cuestiones.

Manuela no tiene formación especializada en lo que consideramos el "saber teórico" de lo relacionado con su empresa, ni tampoco la percibe como necesaria. Pero ella le da mucha importancia al "saber práctico" basado en la experiencia. Mantiene esta visión de la experiencia por encima de cualquier otro tipo de formación reglada, hasta tal punto de considerarse ella misma como formadora de otras personas que aspiren a trabajar en cuestiones relacionadas con las salinas.

Desde el punto de vista logístico, Salinas Flor de Sal cuenta con un espacio específicamente creado para la realización de este tipo de talleres formativos. De momento, ella no imparte cursos de formación pero, como decimos, es otra de sus aspiraciones. Este tipo de talleres formativos en sus propias salinas sí se han realizado pero por otras personas que ella misma ha formado. Se trata de talleres impartidos a escolares y que ella cede su espacio para impartirlos allí.

De vital importancia ha sido la página web para la captación de clientes y, consecuentemente, envío de pedidos (www.flordesalbiomaris.com). La página web de Salinas Flor de Sal le funciona bastante bien. Tiene una descripción muy detallada de sus productos y con información muy gráfica, y cuenta con un apartado específico de pedidos online. La propia empresaria es la que incluso gestiona la página web y es la que,

GDP CostaLuz

MANUELA GÓMEZ SANTANA
Surcando estereotipos de género

diariamente, busca posibles compradores de sus productos. En caso de necesitar ayuda, no duda en solicitarla a sus hijos.

A modo de conclusión

El discurso positivo de Manuela se basa en unas excelentes expectativas de futuro, sobre todo por todas esas nuevas actividades y productos que comercializa en la actualidad y todas las nuevas que dice desarrollará en un espacio corto de tiempo (para el próximo verano). Habla de nuevas actividades relacionadas con la sal como esos talleres que antes comentábamos de formación, de avistamiento de aves, pero también de zona de esparcimiento para niños y niñas, de una zona de salud-terapia para personas afectadas por problemas de huesos, artritis; menciona nuevos productos como la elaboración y venta de vino tinto con sal...).

Para dar a conocer esta variedad de nuevos productos y servicios realizará una presentación pública en las propias Salinas Flor de Sal. Invitará a representantes políticos, a agentes sociales y a personalidades clave del territorio. En suma, una nueva apuesta de la empresaria fiel reflejo de su vitalidad y apuesta decidida por la expansión de su empresa.

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Manuela decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Manuela:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

GDP CostaLuz

MANUELA GÓMEZ SANTANA
Surcando estereotipos de género

D. ¿Crees que la experiencia de Manuela puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Quien nunca haya cometido un error es porque nunca habrá intentado hacer algo nuevo*"
(Albert Einstein)

Clave del éxito empresarial: perfil de la actividad

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ
Emprender con sabor a mar

CASO PRÁCTICO

CHIN CHIN`S BAR. Caleta de Vélez (Málaga)

Lourdes es una empresaria de 43 años que ante la crisis que está viviendo el sector pesquero, y un largo período con más pérdidas que ingresos, decide replantearse su futuro laboral. Su empresa anterior era un barco que decide llevar a desguace y su pareja empieza a estudiar biología. Así que ella empieza a buscar trabajo y pensar en qué proyecto puede desarrollar para mantener a su familia, consciente de que si ella no lo hace lo hará el y abandonará los estudios, algo que Lourdes quiere evitar.

Dispone de unos ahorros que provienen del desguace del barco y de un pequeño local que tenía alquilado y en ese momento deja de estarlo. Es ahí cuando ve la opción de montar su pequeño restaurante, decisión que toma rápidamente: *me lo planteo y prácticamente en dos meses lo hago todo.*

Los beneficios que está obteniendo son mayores de los que esperaba. Ha elegido una actividad empresarial acertada, se siente muy bien en su trabajo y es consciente de que está dando a conocer la calidad de unos productos. Está siendo capaz de desarrollar su proyecto y profesionalmente se siente muy bien al tiempo de obtener unos beneficios económicos con los que mantener a su familia: *todo va a lo mismo, a la satisfacción personal.*

Amante del pescado de la Caleta de Vélez y conocedora por su profesión del sabor del pescado fresco -*cuando tú tienes un barco el pescado que te estás comiendo de tan pocas horas ves que el sabor es otro completamente diferente al resto-* Chin Chin`s Bar es un restaurante que *se basa única y exclusivamente en ofrecer pescado de aquí de la Caleta y solo fresco, nunca un pescado que tenga más de 48h*. Aunque no tenía experiencia en restauración, como experta en el sector extractivo conoce a la perfección los productos -que serán el buque insignia de su pequeño restaurante- y cómo y a quién comprarlos.

De Chin Chin´s Bar destacamos tres aspectos fundamentales. La calidad de sus productos, la buena relación calidad-precio y el trato con el cliente: *tengo un cliente celiaco y le he comprado harina de garbanzos para hacerle su fritura que en otro restaurante no puede comer, le pongo su sartén aparte con su aceite de oliva y se la hago ¿por qué? porque quiero que también pueda acceder a ese sabor y la gente lo agradece.*

Es un restaurante muy pequeño con 4 o 5 mesas y la cocina está a la vista así que sus clientes siempre ven cómo se manipulan los alimentos. Todos los días compra el pescado que va del barco a la lonja y de la lonja a

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ
Emprender con sabor a mar

la mesa. *Mi vitrina está expuesta a la calle y lo que tengo es lo que se ve ahí. Me dicen lo que quieren, cojo ese pescado lo pongo en el plato y a la cocina. Todo lo ven los clientes, ven como la cocinera mete las cigalas en la olla (todo se cuece con agua marina) y se le escapan porque están vivas.*

No pretende enriquecerse, tan solo busca un medio de vida que cubra sus necesidades y la satisfacción personal que es la que le dan sus clientes al decirle *"es que este pescado sabe a mar"* o *"me has puesto muy difícil ir a otro sitio a comer pescado"*.

El hecho de ser mujer en el sector pesquero no es para ella una barrera, todo lo contrario siempre ha hecho lo que ha querido, piensa que la base está en el respeto, el trabajo y la toma de decisiones. Además su relación con otras empresas del sector es muy positiva, tanto del sector pesquero, porque compra sus productos, como de empresas de restauración a las que ha ido a preguntar sobre cómo gestionar su empresa, ya que en este sentido no tenía experiencia.

Lourdes realiza una valoración muy positiva del Grupo de Desarrollo Pesquero. Nos cuenta que una vez toma la decisión de montar el restaurante, acude al Centro de Apoyo y Desarrollo Empresarial para informarse de los pasos necesarios para crear una empresa y allí le ponen en contacto con el Grupo de Desarrollo Pesquero. Le informaron de todo aquello en lo que tuvo dudas y financiaron el 60% de su proyecto. Es consciente que esa línea de subvención y su "*colchón*" económico han hecho que la financiación no suponga un problema, algo que destaca en el momento económico actual.

Los recursos con los que cuenta para promocionar su empresa son las recomendaciones que sus clientes hacen a familiares y amistades e Internet y en redes sociales. Cuenta con Facebook, a través del cual cuelga fotos y vídeos de su vitrina: *a veces hago vídeos donde salen las cigalas vivas moviéndose o los centollos y esos días ves que viene más gente*. A través de WhatsApp le preguntan por el pescado que tiene ese día y recibe reservas. Se confiesa usuaria novel en cuanto a redes sociales pero lo cierto es que le está sacando mucha rentabilidad.

A modo de conclusión

Declara que no se siente empresaria porque identifica al sector con el estereotipo de "hombre de cartón piedra". Pero lo es y su filosofía de empresa, y también de vida, es no hacer a sus clientes lo que no le gusta que le hagan a ella. En este sentido cuando va a otro restaurante toma nota de lo bueno y lo malo y, como emprendedora que es, adapta aquellas cosas que le gustan a su empresa y revisa las que no para evitarlas.

No se plantea la crisis económica como barrera aunque reconoce que la gente está pasando por situaciones muy difíciles. Le gustaría que más gente de su sector pudiese ir al restaurante más de lo que lo hacen, pero para una ocasión especial. De hecho anima a otras mujeres a emprender, a buscar proyectos a desarrollar ideas y a formarse ya que piensa que en el sector pesquero hay muchas cosas por hacer.

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ
Emprender con sabor a mar

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Lourdes decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Lourdes:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Lourdes puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

LOURDES VILLALOBOS PÉREZ
Emprender con sabor a mar

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Sabemos lo que somos, pero aún no sabemos lo que podemos llegar a ser*"
(William Shakespeare)

Clave del éxito empresarial: asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales

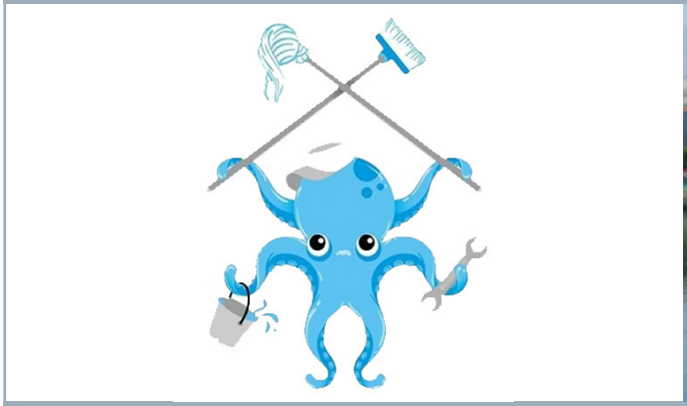
MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO

MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO

El éxito desde la experiencia

CASO PRÁCTICO

LIMPIEZAS ADRA MULTISERVICIOS. Adra (Almería)



Mari Carmen es una empresaria de 54 años con dos empresas ya consolidadas y una en proceso de gestación, hija de pescador su padre ha inculcado en ella el amor por el sector y el modo de hacer empresa.

Destacamos su amplia experiencia laboral: ha trabajado en diferentes puestos y sectores, y también ha creado empresas en distintos ámbitos. Empezó su andadura laboral a los 16 años recogiendo mandarinas, ha estado en tiendas de ropa, zapaterías, hostelería y ha creado 4 empresas: un salón de estética, una cadena de radio local, una boutique de moda y una empresa de limpieza. Actualmente está trabajando en otro proyecto empresarial: una ludoteca-sala para celebraciones infantiles.

Es presidenta de la Asociación de Comerciantes de Adra, por lo que considera el asociacionismo y la colaboración, con otras personas y entidades, fundamental si se quiere emprender. También cree que participar en este tipo de asociaciones visibiliza el trabajo de las emprendedoras, más aun teniendo en cuenta que estamos lejos de la igualdad de género real.

Su empresa, Limpiezas Adra Multiservicios es pionera en ofrecer servicios de limpieza y mantenimiento en el municipio, trabajando principalmente con clientes privados (comunidades de propietarios, oficinas, grandes superficies comerciales,...). Uno de los rasgos a destacar es el número de empleos que ha llegado a crear, contando con hasta 25 trabajadoras. Estos años se ha visto obligada a reducir drásticamente la plantilla y se ha quedado con 3 trabajadoras, pero considera que lo peor ha pasado y que su trabajo, ahora mismo, está estable y no tiene miedo a cerrar.

Mari Carmen dice que en todo este tiempo ha cometido algunos errores, pero que no se arrepiente de lo que ha hecho, al contrario, ha aprendido de ellos. Se declara una mujer independiente y segura de sí misma, y el tiempo le ha demostrado que cuando se pone una meta la consigue.

Emprendedora *de pro*, siempre está pensando en un nuevo proyecto. Ahora, su objetivo es la puesta en marcha de una ludoteca-sala de juegos infantiles que tiene intención de abrir este verano, proyecto para el que cuenta con el apoyo del Grupo de Desarrollo Pesquero Almería Occidental.

MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO
El éxito desde la experiencia

Mari Carmen es una mujer observadora y reflexiva, pendiente de su entorno y de las necesidades sin cubrir en las que ve una nueva oportunidad de negocio. Afirma que, si se quiere emprender siempre hay que hacerlo analizando los riesgos y oportunidades, buscando la rentabilidad de los proyectos o ideas empresariales. Aunque para ella la rentabilidad se mide principalmente en cuanto a los beneficios personales y profesionales que aporta emprender, también opina que es importante por la libertad y autonomía a la hora de elegir horarios, sin olvidar los beneficios económicos.

Estoy muy orgullosa de mi origen y de mi padre, que nos ha transmitido su pasión por el mar y su espíritu emprendedor.

Su origen familiar se encuentra dentro del sector pesquero, sus antecedentes familiares son muy importantes para ella y para su forma de emprender. Hombre trabajador e inteligente, su padre llegó a tener hasta tres barcos. Mari Carmen reconoce que la figura paterna le ha inculcado una forma de hacer empresa basada en el respeto y el trabajo.

Su madre siempre ha estado en casa, llevando el papeleo de los barcos y cuidando a sus 8 hijos. En ningún momento se planteó la opción de trabajar fuera del hogar, porque en realidad, es un trabajo, un trabajo duro aunque sin remuneración económica, ni reconocimiento social.

Mari Carmen reconoce que el sector de la pesca es un sector machista en el que no se reconocen las aptitudes y competencias de las mujeres, provocando en ellas inseguridades que dificultan la asunción de riesgos y el plantearse una iniciativa emprendedora.

Todo esto ha influido en la manera de hacer empresa de Mari Carmen que, consciente de los problemas para compatibilizar la vida laboral y familiar de muchas mujeres, y de la importancia de un buen ambiente laboral para la productividad, ha implantado distintas medidas de conciliación laboral en su empresa. Destaca los buenos resultados que ha obtenido al tener una plantilla de trabajadores y trabajadoras motivados y comprometidos, consiguiendo de esta manera un alto rendimiento laboral.

A modo de conclusión

Mari Carmen destaca que su trayectoria como empresaria le ha aportado muchos beneficios, satisfacción personal y profesional, reconocimiento social, autonomía y libertad a la hora de gestionar su tiempo; y, cómo no, beneficios económicos.

Reconoce que la situación económica no volverá a ser como hace 4 años pero también piensa que habrá una recuperación y anima a las mujeres a emprender y a las entidades públicas a apoyar el emprendimiento con proyectos como el que estamos realizando.

MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO
El éxito desde la experiencia

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Mari Carmen decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Mari Carmen:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Mari Carmen puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

MARI CARMEN GONZÁLEZ MANZANO
El éxito desde la experiencia

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Comienza de nuevo. Cada vez que fracases empieza otra vez y te harás mas fuerte hasta que finalmente logres tu propósito*"
(Anne Sullivan)

Clave del éxito empresarial: uso de tecnología

ASUNCIÓN FUENTES FLORES

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

ASUNCIÓN FUENTES FLORES
Plan B

CASO PRÁCTICO

BLOOPER SERVICIOS NÁUTICOS. Garrucha (Almería)

Asunción es una mujer enérgica. Tiene 37 años, está casada y con dos hijos. Antes de este proyecto ha trabajado por cuenta ajena en distintos sectores menos el pesquero, en el que nunca había estado. Su último trabajo fue de ayuda a domicilio en el que ha estado aproximadamente 5 años pero que, por una lesión de espalda, se vio obligada a dejar. Asistir como invitada por el Grupo de Desarrollo Pesquero del Levante Almeriense al II Congreso de la Red Españolas de Mujeres en el sector Pesquero le hace decantarse por emprender en este sector pero innovando y diversificando.

Su marido es geólogo y tenía una empresa de geotecnia que ha funcionado muy bien durante 9 años, pero ahora se ha visto obligado a cerrar por la falta de contratos. Tienen un sabor agrio con esta experiencia porque después de mucha formación y mucho trabajo, se han quedado sin nada y sin ningún derecho, como la ayuda al desempleo. La actual incertidumbre laboral le empuja a replantearse el futuro. Su marido estuvo un tiempo trabajando en Brasil y Asunción comenta que estuvieron a punto de irse toda la familia, pero después lo mandaron a Guinea, y luego habría más cambios. En un entorno tan inestable no podían hacer su proyecto migratorio, más teniendo dos hijos pequeños.

Es entonces cuando Asunción plantea esta situación como un momento para reinventarse y cambiar de oficio, viendo en su afición una posibilidad para montar un negocio. La familia tiene un pequeño velero con el que les gusta salir a navegar. Empiezan a analizar la situación y constatan algo que ya sabían, en Garrucha hay un sector de pesca extractiva establecido pero no hay opciones en cuanto a actividades deportivas relacionadas con el mar, así que su proyecto podría tener salida.

Asunción y su pareja estaban planteándose qué hacer y asistieron, invitados por el Grupo de Desarrollo Pesquero del Levante Almeriense, al II Congreso de la Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero, celebrado en octubre de 2012 en Málaga. Este giraba en torno al emprendimiento de las mujeres en la actividad pesquera, abordando asuntos relativos a las políticas públicas, retos, e iniciativas, entre otros. En él conocieron a otras empresarias del sector, en su mayoría vascas o gallegas, y pensó que si otras mujeres podían hacerlo, ella también.

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

ASUNCIÓN FUENTES FLORES
Plan B

Una vez tomada esta decisión, el apoyo lo ha obtenido sobre todo de su entorno más cercano, económicamente no ha supuesto un desembolso muy grande así que han pedido dinero prestado a sus familiares -*los bancos no dan ni la hora*-. Destaca como imprescindible el apoyo de su familia tanto económica como anímicamente.

Así crean Blooper Servicios Náuticos, una empresa dedicada al mar. Se adaptan, ofrecen cualquier servicio que pueda necesitar un usuario o usuaria del puerto deportivo de Garrucha, así como cualquier persona que quiera disfrutar, de una manera u otra, del mar. Ofrecen servicios de alquiler y venta de embarcaciones, actividades náuticas, reparación y mantenimiento de embarcaciones, gestoría náutica, etc... *Hacemos de todo, hasta de oficina de turismo*.

Es la única mujer que trabaja en el puerto, reconoce que éste es un mundo de hombres y que prefieren hablar con su marido a la hora de contratar algún servicio. Consciente de esta barrera, Asunción y su pareja tienen una división clara del trabajo: ella se encarga de la gestión y atención al público y el de las rutas en barco, y la convicción de que esa actitud no va a condicionar su presencia en el sector.

Yo he sido siempre la única mujer que se han encontrado allí. Cada vez que varamos nuestro barco yo soy la única que me pongo a lijar mi barco y a pintarlo, al final les hace gracia porque yo tengo mucha cara y me meto con tos y no les queda más remedio que aceptarme). No me encuentro muchas más barreras, pero porque yo soy muy echada para adelante.

A pesar de ello Asunción no ha dudado en diversificar la economía de su municipio aprovechando uno de sus recursos más importantes: el mar. Lo hace demostrando que las mujeres tienen un papel muy importante desde la innovación y el desarrollo de nuevos servicios y productos que aumenten el valor añadido de las zonas pesqueras y del propio sector.

Asunción ha hecho una importante apuesta por las tecnologías de comunicación y, especialmente, por las redes sociales. De hecho es la principal vía para captar clientes y es un punto de información clave al través del cual dan publicidad de sus productos y servicios. Tanto su perfil en Facebook como su página web (http://www.blooper.es/) han sido fundamentales para la captación de clientes y, consecuentemente, el envío de pedidos. La web funciona bastante bien y tienen una descripción muy detallada de sus servicios. Se trata de un recurso del que están sabiendo sacar bastante provecho y les permite abarcar nuevos mercados. La propia Asunción es la encargada de gestionarla, así como las redes sociales, y esto le permite estar informada tanto del mercado como de las tendencias y novedades del sector.

A modo de conclusión

Al preguntarle sobre los beneficios de ser empresaria se produce un largo silencio, y es que no sabe qué responder, se ríe. Según afirma, hay de todo, cosas buenas y cosas malas y, con un modelo de empresa en proceso de consolidación, aún no se ha parado a pensar en los beneficios. Asunción es empresaria por las circunstancias, hay días que preferiría trabajar por cuenta ajena, porque se evitaría determinados problemas

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

ASUNCIÓN FUENTES FLORES
Plan B

y preocupaciones; y otros en los que está encantada de trabajar por cuenta propia, porque su trabajo repercute directamente en su familia y en ella misma.

Aconseja a las mujeres que quieren desarrollar un proyecto que al hacerlo no se planteen: ni que es un mundo de hombres, ni la crisis económica actual. También advierte que no todo es fácil ni todo es bonito, pero cada día se crean nuevas empresas que funcionan, la clave está en tener una idea de negocio que ilusione y muchas ganas de trabajar, sólo así el proyecto puede salir adelante.

Para ella, haber encontrado un plan B acorde a sus conocimientos y aptitudes que ha sido una fuente de satisfacción personal y profesional. Confía plenamente en su proyecto y considera que va a ser estable a largo plazo, pero al mismo tiempo sigue pensando en un nuevo plan B por si las cosas volviesen a ir mal. De hecho considera fundamental el diseño de estrategias de futuro, anticipándose al hecho de no llegar a cumplir los objetivos.

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Asunción decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Asunción:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Asunción puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

ASUNCIÓN FUENTES FLORES
Plan B

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Las grandes obras no se hacen por impulso, sino por una serie de pequeñas cosas puestas todas juntas*"
(Vincent van Gogh)

Clave del éxito empresarial: respuesta institucional recibida

MARÍA GARCÍA RUIZ

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

MARÍA GARCÍA RUIZ
Una apuesta por la diversificación

CASO PRÁCTICO

GELATO & CAFÉ DI MARTINO. Carboneras (Almería)

GELATO & CAFÉ di Martino

Al preguntarle a María por su trayectoria laboral se ríe porque en realidad su trayectoria prácticamente empieza aquí. *He trabajado en los veranos en un supermercado, y como becaria en una biblioteca de Almería mientras estudiaba relaciones laborales, pero nada más.* Hija y nieta de armador conoce el sector pesquero a la perfección pero ha optado por emprender en una actividad distinta diversificando la economía del municipio.

El verano pasado montó la heladería y no pudo terminar sus estudios universitarios porque tenía demasiado trabajo; le quedan 2 asignaturas y tiene muy claro que los finalizará este año, ya que es consciente de la importancia de la formación para su desarrollo profesional y personal.

Si pensamos en una heladería en un municipio turístico como Carboneras, no nos parecerá un proyecto novedoso. Es cierto, no es la primera, ni la única, pero María y su marido han buscado la diferenciación al ser los primeros que realizan helado artesanal: *nuestros helados son artesanos, los hacemos a diario y eso se nota, muchas personas que iban a otras heladerías vienen a la nuestra por eso.*

Con un negocio ya en marcha, un punto de venta de pan caliente gestionado por su marido, llevaban tiempo dándole vueltas a esta propuesta porque veían que en el municipio no existía algo así y que había demanda, era algo que *nos llamaba mucho la atención.*

El factor que dinamitó el desarrollo de dicha idea fue la herencia que recibió su padre: un local grande y muy bien situado, en pleno paseo marítimo, ideal para la localización de la heladería. Es en este momento cuando empezaron a moverse y a ver cómo podían materializar su idea. Tenían el local (que alquilarían a su padre), tenían la experiencia de otra empresa, tenían el apoyo familiar, tenían la certeza que no tendrían problemas de acceso a financiación, pero no tenían ni conocimiento del sector ni sabían hacer helado.

No conocíamos el sector ni sabíamos hacer helado así que nos fuimos a la feria más importante de helado de Italia. Luego hicimos cursos en Barcelona, también en Alicante. Sabemos que la formación es muy importante y queremos seguir. Lo que pasa es que no podemos ir a todos los dos porque no están subvencionados y son muy caros, también hay que pagar el alojamiento y las comidas. A parte tiene que haber una persona aquí haciendo los helados así que nos dividiremos. Este invierno haremos otro de un mes, así que lo hará él *que se le da mejor, y luego me enseña a mí cuando estamos trabajando.*

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

MARÍA GARCÍA RUIZ
Una apuesta por la diversificación

Formación y práctica, dos factores clave de *Gelato & Café di Martino*, otros son la atención al público, la calidad de sus productos y el cuidado del local. *Cuidamos mucho la atención al público y siempre intentamos quedarnos con las caras de la gente y recordar los helados que les gusta o sus nombres, también hacemos los helados cada día como mucho cada 24 horas y eso se nota. Siempre intentamos que la relación calidad precio sea la mejor, otra cosa que cuidamos mucho es la limpieza del local.*

Tanto en el inicio como en el mantenimiento de una empresa, el apoyo es fundamental. Las mujeres, las personas emprendedoras, necesitan tener una red de apoyo: el apoyo psico-social y emocional de su familia y su entorno, y en muchos momentos también el económico, teniendo en cuenta los actuales problemas de acceso a crédito. María reconoce la importancia para la materialización de su proyecto empresarial de los apoyos recibidos en los tres sentidos: el de su familia, el del Grupo de Desarrollo Pesquero del Levante Almeriense -del que no puede tener mejor opinión, y del que va a obtener una financiación del 60%- y el de otras empresarias y empresarios tanto del municipio como de otras localidades, personas que ha conocido en los cursos de formación y con las que sigue manteniendo el contacto.

Es consciente de la importancia de la comunicación y, sobre todo, de las redes sociales a través de Internet para promocionar su empresa. Pero también es consciente de las limitaciones que tiene. Desconoce la comunicación y el marketing en redes sociales y no tiene tiempo para aprender y desarrollar esos conocimientos. Ha contratado a una persona para que cree su página web, que a mediados de mayo estará en funcionamiento, y a un experto en redes sociales para que cree y mantenga un perfil en Facebook y Twitter, que también estará disponible a partir de mayo. Sabe la importancia de estar en "la red" como vía clave de promocionar su empresa y pretende aprovecharlo al máximo. *Esto lo hacemos porque hay que estar ahí y por publicidad, también queremos hacer venta online. A parte a mí como persona no me gusta, pero para la empresa sí, a ver cómo sale.*

Hija y nieta de armador, respeta el trabajo que se desarrolla en el sector pesquero pero no es un sector en el que le gustaría trabajar: *Mi padre es armador y la situación está muy mal.... Las mujeres del sector son prácticamente inexistentes como mucho se dedican a los papeles y poco más. Lo único que te encuentres a veces a una bióloga en el barco pero poco más. No sé si se ha dado el caso de mujeres que quieran ser marineras no sé qué les dirían. A mí no me interesa trabajar aquí, no me gustaría porque tampoco me llama la atención.*

A modo de conclusión

Al preguntarle por *las claves de su éxito* se ríe, no sabe qué decir, no es algo sobre lo que haya reflexionado y tiene aún muchos retos que superar. Destaca que es fundamental tener una buena atención al público y una buena relación calidad precio. Aunque le afecte, pero al hablar de barreras o problemas no destaca la crisis económica. Resaltamos su interés por seguir formándose y adaptándose a las situaciones que vayan surgiendo y su espíritu emprendedor que le lleva a desarrollar este proyecto.

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

MARÍA GARCÍA RUIZ
Una apuesta por la diversificación

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que María decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de María:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de María puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO LEVANTE ALMERIENSE

MARÍA GARCÍA RUIZ

Una apuesta por la diversificación

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Las grandes obras no se hacen por impulso, sino por una serie de pequeñas cosas puestas todas juntas*"
(Vincent van Gogh)

Clave del éxito empresarial: creación de empleo

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ
Empresaria por partida doble

CASO PRÁCTICO

CHIRINGUITO LA CANALETA. Chipiona (Cádiz)

La historia de Elisabeth es la de una mujer de 31 años, soltera y a punto de ser madre, que empieza a trabajar desde muy joven en la empresa familiar de venta ambulante de aceitunas, y con los años ha pasado a gestionar uno de los puestos, haciéndose autónoma. El verano pasado inició una nueva aventura empresarial, un Chiringuito.

Elisabeth conoce cómo se desarrolla la gestión de una empresa y el significado de tener -en este caso- trabajadoras a tu cargo. Sin embargo, los entornos en los que se desarrollan ambos proyectos son diferentes, y nos comenta que al principio, y debido a su falta de formación específica, ha tenido problemas para desenvolverse con mayor soltura. Apunta que no sabía bien a quién dirigirse ni conocía los trámites administrativos por los que tendría que pasar, pero es una mujer de recursos y ya ha superado esta traba.

De ahí he sacado la experiencia de llevar una empresa y me manejo perfectamente, sé con quién tengo que hablar para cada cosa y mi madre me arreglaba el papeleo pero con lo del Chiringuito, bueno ya he aprendido pero no veas, antes me daba vergüenza y no sabía dónde ir, ahora ya tengo más cara y se dónde ir a llevar los papeles, donde preguntar.

Elisabeth tiene la concesión de este Chiringuito por 8 años, prorrogable por otros 7. Comenta que el impulso para hacerlo lo ha recibido de su madre, en este caso la reacción del entorno ha sido fundamental. Su madre ya está jubilada le ayuda en todo lo que puede, tanto en la gestión administrativa como a la hora de aconsejarla y darle el apoyo que necesita. Ha sido ella quien más le ha apoyado en la decisión de montar el chiringuito porque, aunque reconoce que ahora mismo la empresa de venta ambulante es estable, no se sabe bien cuál será a largo plazo la regulación de este tipo de venta, ni si les permitirán seguir trabajando como hasta ahora.

Esa era siempre la ilusión de mi madre, era ella la que insistía, aunque es un jaleo. Mi abuelo siempre ha tenido chiringuitos en la playa y ella trabajaba con él, le gusta mucho.

Nos enteramos de que había una subasta, y mi madre me dijo pues venga vamos a presentarnos, que es un buen negocio porque el día de mañana quitan los mercadillos ¿y qué haces? Porque yo tengo mi vida resuelta pero tú la tuya no. Y lo echamos, nuestras mejoras gustaron más que las otras y nos tocó.

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ
Empresaria por partida doble

Empezó el verano pasado y le ha ido muy bien. Debido a la Ley de Costas, en invierno tuvo que desmontarlo y ahora, acercándose el verano, está montándolo de nuevo. Mujer responsable, reconoce que al principio lo pasó mal porque era un negocio que desconocía y sentía que tenía mucha responsabilidad.

Ha cuidado al máximo el diseño de su chiringuito y los servicios que presta. Contrató a un decorador profesional que ha creado un ambiente confortable y diferente al resto de locales del municipio; la cocina está abierta y situada en el centro para que las y los clientes puedan ver cómo se realiza la manipulación de los alimentos; ha habilitado un pequeño parque en el que pueden jugar las y los niños mientras sus padres se toman algo, reconoce que su chiringuito es diferente al resto y que eso los clientes lo notan.

Sirven desayunos, comidas, cenas y copas, y los sábados realizan actividades y conciertos en directo.

Elisabeth ha recibido mucho respaldo, tanto por parte del Ayuntamiento de Chipiona como del Grupo de Desarrollo Pesquero Comarca Noroeste de Cádiz: ha recibido información sobre trámites jurídicos y administrativos, sobre líneas de financiación y ayudas; además, por parte del Grupo de Desarrollo Pesquero se le ha concedido una subvención del 60% con la condición de que contrate a personas del sector pesquero.

Respecto a la relación con otras empresas del sector, el principio ha sido complicada. La anterior concesión la tenía una persona que, al no aportar las mejoras suficientes perdió el concurso. A la vista del resto de empresarios esto fue una "competencia desleal" y no apoyaban que Elisabeth obtuviese esta concesión, probablemente por miedo a que a ellos en otro momento pueda pasarles lo mismo: *claro es que muchos piensan que es suyo y no es así, tú tienes 15 años y si después de ese tiempo otra persona presenta un proyecto mejor que el tuyo pierdes el chiringuito.* Pero comenta que ya empiezan a aceptarla y que esta temporada las relaciones irán a mejor.

A modo de conclusión

Elisabeth se muestra como una emprendedora con un discurso positivo basado en la buena marcha de sus empresas, a las excelentes expectativas de futuro y a las posibilidades de crear empleo. Tiene a dos mujeres contratadas en la empresa de venta ambulante y contratará a unas 8 personas para el chiringuito; este es otro de los aspectos que le genera una enorme satisfacción personal y profesional.

Anima a otras mujeres a emprender, considera que esta decisión viene marcada no solo por las decisiones personales, sino también por los contextos familiar, social y económico, y que deben aprovecharlos al máximo, extrayendo de él los aspectos favorables.

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ
Empresaria por partida doble

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Elisabeth decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Elisabeth:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Elisabeth puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

ELISABETH FERNÁNDEZ RUIZ
Empresaria por partida doble

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Comienza de nuevo. Cada vez que fracases empieza otra vez y te harás mas fuerte hasta que finalmente logres tu propósito*"
(Anne Sullivan)

Clave del éxito empresarial:
aumento de la diversificación económica del territorio
MANUELA POMARES MORGADO

GDP CostaLuz

MANUELA POMARES MORGADO
Emprender desde la innovación

CASO PRÁCTICO

FOREDUNES (Centro de Formación en Ciencias Biológicas y Ambientales). Punta Umbría (Huelva)

Foredunes
CENTRO DE FORMACIÓN
en Ciencias Biológicas y Ambientales

El interés de Manuela por emprender en el ámbito de la pesca está relacionado con sus antecedentes familiares: es hija de pescador. Por tanto, la tradición familiar es un elemento estratégico y podríamos decir que actúa de impulsor para la puesta en marcha de su iniciativa. Desde pequeña tiene interés por el ámbito de la pesca y eran habituales las preguntas que sobre este sector de actividad le hacía a su padre.

Siente gran aprecio por su localidad y siente que ella puede *aportar un granito de arena al impulso empresarial de su localidad con la puesta en marcha de su empresa*.

La iniciativa de Manuela es pionera en la localidad de Punta Umbría y posiblemente en la provincia de Huelva. Joven empresaria de 37 años, destaca por su alto nivel de formación y su experiencia previa en consultoras de productos farmacéuticos.

Manuela es emprendedora en el ámbito de la formación. Su empresa se dedica a impartir cursos y conferencias, y a realizar actividades relacionadas con la educación ambiental y la acuicultura: talleres para grupos escolares o grupos de familia, paseos en barco por las marismas, observación y fotografía de aves, pesca segura, actividades lúdicas y de la naturaleza por el entorno, son algunas de las actividades y servicios que ofrece.

En la actualidad imparte en la Universidad de Huelva un curso de Experto en Acuicultura de 80 horas, con una duración de 2 meses, y en el que participan 9 alumnos y alumnas. Es ella la que oferta el curso a la Universidad y lo aceptan. Inicialmente se valora la posibilidad de realizar el curso en Punta Umbría, de hecho el Ayuntamiento colabora con la cesión de un local pero, finalmente, la Universidad decide impartirlo en Huelva. La aspiración de la empresaria de implantar este curso en Punta Umbría se mantiene para el próximo año por el valor añadido que tendría para la localidad, un plus "científico" que ayudaría a la visualización. Tanto la Universidad de Huelva como el Ayuntamiento de Punta Umbría apoyan y valoran el curso al tratarse de una oportunidad para el sector y para la población de la zona.

Manuela decide poner en marcha su empresa ante el alto grado de desconocimiento que existe en la propia localidad de Punta Umbría de la educación ambiental y la acuicultura. En estos momentos, su público objetivo son colegios que le plantean actividades de este tipo. También particulares, sobre todo familias,

GDP CostaLuz

MANUELA POMARES MORGADO

Emprender desde la innovación

interesadas en el tema y que completan sus vacaciones realizando este tipo de actividades. Como público objetivo, de cara al futuro espera focalizarse también entre personas relacionadas con el ámbito de la pesca, favoreciendo la cualificación y la diversificación del sector.

La historia de Manuela comienza cuando decide trasladarse de Madrid a su lugar de nacimiento (Punta Umbría) por mejorar su calidad de vida, sobre todo por el hijo que acababa de nacer. Decide dejar un buen trabajo como consultora farmacéutica, bien posicionada tanto profesional como económicamente. Decide este cambio porque también cuenta con la seguridad y estabilidad económicas que le proporciona su marido, funcionario que solicita el traslado y se lo conceden en una localidad cercana a Punta Umbría.

La atención que suele necesitar el cuidado de un hijo, sobre todo cuando son pequeños, no le afecta a la empresaria para plantearse su proyecto empresarial. Puede compatibilizar mejor su trabajo y su familia, planificando sus horarios y marcando su propio ritmo de trabajo. El hijo va a una guardería desde pequeño con lo que, después de llevarlo, tiene toda la mañana para dedicarse a su empresa. Su marido, al ser funcionario, puede dedicarse también a la atención del bebé por las tardes. Ella, además, trabaja desde casa.

Manuela mantiene estrechas relaciones con otra empresa de la localidad, Salinas del Astur. Diríamos que es una entidad colaboradora que le permite implementar allí sus cursos y talleres. Es el tándem perfecto para su actividad, el plus añadido y de calidad a las actividades que ofrece su empresa FOREDUNES. También mantiene excelentes relaciones con personal técnico del Ayuntamiento de Punta Umbría y, específicamente, con los relacionados con la pesca.

Es consciente de la importancia de pertenecer a asociaciones de profesionales para establecer relaciones de colaboración, aunque en esos momentos no pertenece a ninguna. También reconoce la importancia de la colaboración de las administraciones. Ella no ha recibido ningún tipo de ayuda económica pero sí ha recibido *información importantísima y ayuda* para la puesta en marcha de su proyecto por parte de la administración local. Reconoce de manera explícita la labor de apoyo del Grupo de Desarrollo Pesquero Costaluz de Huelva.

La empresaria destaca la importancia de la comunicación y, sobre todo, de las redes sociales por Internet para promocionar su empresa. Aunque también es consciente de las limitaciones que tiene, por el momento, al estar ella sola llevando la empresa.

La empresa FOREDUNES tiene publicidad en formato papel (folletos, cartelería...) que ha distribuido en colegios y en diferentes puntos clave de la localidad y zonas aledañas. La información del curso de experto que imparte a través de la Universidad de Huelva también la distribuyó en formato papel con carteles en diferentes puntos estratégicos.

GDP CostaLuz

MANUELA POMARES MORGADO
Emprender desde la innovación

FOREDUNES cuenta con página web propia (www.formacionforedunes.com), con cuentas en Facebook y en Twitter. Como decíamos, conoce sus limitaciones respecto al aprovechamiento de este tipo de herramientas al estar ella sola en el proyecto. Lo interesante es que ella es consciente de la importancia de estar en la red como vía clave para promocionar su empresa y, llegado el momento de poder permitírselo, contrataría a una persona especializada para realizar estas tareas. Por tanto, en estos momentos, no se trata de no querer.

Manuela no percibe discriminación por el hecho de ser mujer empresaria. No la ha percibido durante el proceso de puesta en marcha de la empresa ni tampoco cree que la sufrirá en el futuro.

Una iniciativa que espera conseguir en un corto espacio de tiempo es formar a los pescadores de la zona, además de como contenido formativo, como posible nicho de mercado para profesiones relacionadas con la pesca que en la actualidad han quedado obsoletas. Y, por supuesto, como área de inserción laboral para personas desempleadas de su localidad. Aquí volvemos a percibir el interés que la empresaria tiene por potenciar la localidad de Punta Umbría, aportar lo que pueda para superar situaciones de dificultad como las que están pasando en la actualidad. Tiene, por tanto, una mirada interna a sus propios beneficios pero también una mirada externa que le lleva en todo momento a pensar en su localidad.

Plantea el futuro con entusiasmo y con nuevas iniciativas como la puesta en marcha de su empresa como academia física en un local de Punta Umbría. Esto supondría la contratación de personas con perfiles formativos altos y especializados en educación ambiental y acuicultura. Supondría, además, un punto de referencia y un impulso a la economía del municipio, lo que supondría retener a personas con perfiles profesionales especializados de Punta Umbría que suelen buscar trabajo en otras zonas más dinámicas económicamente, fundamentalmente Huelva capital.

Manuela tiene un discurso ilusionante respecto al futuro de su empresa y que apenas aparece contaminado por la situación económica actual.

A modo de conclusión

La Historia de vida de Manuela, como empresaria del Centro de Formación en Ciencias Biológicas y Ambientales FOREDUNES, puede ayudar a visualizar la importancia de las mujeres empresarias para la creación de empleo de las zonas pesqueras de Andalucía. De su discurso se deriva un interés creciente por innovar y poner en marcha nuevas ideas de negocio y de futuro derivadas de la acuicultura y la educación ambiental. Un discurso que, en todo momento, se enmarca y hace referencia a la localidad de Punta Umbría.

FOREDUNES supone una iniciativa de la que se benefician otras empresas de la zona como Salinas del Astur. Por tanto, a ella se podrían sumar otras instituciones y áreas de actuación preferentes de la localidad de Punta Umbría y de su entorno más próximo.

GDP CostaLuz

MANUELA POMARES MORGADO

Emprender desde la innovación

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Manuela decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Manuela:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Manuela puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

GDP CostaLuz

MANUELA POMARES MORGADO

Emprender desde la innovación

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Quien nunca haya cometido un error es porque nunca habrá intentado hacer algo nuevo*"
(Albert Einstein)

Clave del éxito empresarial:
aumento de la diversificación económica del territorio
MARÍA RIVERA GARCÍA

GDP Almería Occidental
Adra y Roquetas de Mar

MARÍA RIVERA GARCÍA
Un reto: la diversificación

CASO PRÁCTICO

FLORISTERÍA GARY FLOR. Adra (Almería)

María es una emprendedora que destaca por su amabilidad y su capacidad de trabajo. Su empresa es una floristería situada en una zona céntrica de Adra.

Cursó estudios de Formación Profesional en Administración y, desde muy joven, ha estado trabajando en diferentes sitios y sectores (cuidadora de menores y personas mayores; en un negocio familiar de cristalería y marquetería; varios tipos de comercios; floristería). Casada y con un hijo y una hija, se plantea crear su puesto de trabajo al quedarse desempleada e intentar buscar trabajo por cuenta ajena sin éxito: *no importaba de qué, cuidando mayores, limpiando, en una tienda, un bar pero ha sido imposible.*

María decide crear una floristería porque había estado 4 años trabajando en otra, y consideró que tenía la experiencia necesaria, además se trataba de una actividad poco desarrollada en la zona. Su objetivo es poder trabajar con su hijo, que es músico, aumentando los servicios de la floristería, hacer celebraciones y también cursos monográficos sobre flores, etc. María ha apostado por una actividad emergente en el municipio, aportando su granito de arena a la diversificación de la zona.

Para ella los beneficios de ser empresaria son muchos, sobre todo en lo que a autoestima se refiere. Señala que a nivel económico aún son escasos, pero espera que vayan aumentando a lo largo del año.

La reacción de su entorno, ha sido muy positiva y de apoyo. De hecho, este apoyo ha sido y sigue siendo fundamental para poder desarrollar su proyecto. Cuando tomó la decisión de emprender acudió al CADE, recurso del que tiene muy buena opinión. Ha accedido al pago único de su prestación por desempleo, al descuento de los gastos de Seguridad Social durante dos años, pero considera que las ayudas existentes son insuficientes y de difícil acceso.

Se sigue formando como florista y le gustaría formarse en gestión de redes sociales. Señala que la falta de tiempo es un impedimento para aprovechar el enorme potencial de las TIC, aunque espera que las cosas mejoren y poder dedicarle a este tema el tiempo necesario para seguir formándose.

MARÍA RIVERA GARCÍA
Un reto: la diversificación

A modo de conclusión

María reconoce que emprender no es fácil, e implica mucho tiempo y trabajo, pero todo ese esfuerzo repercute en un aumento de la satisfacción y de la autonomía personal. Confía en la consolidación de su actividad y en seguir avanzando con su proyecto empresarial.

Reconoce los efectos de la crisis económica en su negocio, muchas personas que han visto reducido su nivel adquisitivo no compran este tipo de productos al no ser de primera necesidad. Pero no es algo que le dé miedo ni le impida desarrollar su proyecto. En este sentido, anima a otras mujeres a emprender, pero afirma que es importante tener claro que se quiere emprender y en qué sector o actividad hacerlo.

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que María decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de María:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de María puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

MARÍA RIVERA GARCÍA
Un reto: la diversificación

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Comienza de nuevo. Cada vez que fracases empieza otra vez y te harás mas fuerte hasta que finalmente logres tu propósito*"
(Anne Sullivan)

Clave del éxito empresarial: innovación

SHONIA CRUZ IBARRA

SHONIA CRUZ IBARRA
Turismo, mar: innovación

CASO PRÁCTICO

TURISMO MARINERO COSTA DEL SOL. Estepona (Málaga)

Técnica en turismo y jefa de recepción y eventos de un hotel de Córdoba, la vida de Shonia da un giro al conocer a Pedro y el sector en el que trabaja -el sector pesquero- se enamora de ambos y se va a vivir a Estepona abandonando su estabilidad anterior.

Una vez aquí, y tras conocer el sector, su idea es la de trasladar su experiencia en turismo rural y turismo activo al sector pesquero y ve en pesca-turismo un nicho de empleo sin desarrollar en Andalucía. Empieza analizando qué se está haciendo en esta línea a nivel nacional y europeo, realiza un diagnóstico socio-económico de la zona y formándose en los ámbitos necesarios para el desarrollo de esta idea –hace cursos de pesca-turismo; educación ambiental; carta europea de desarrollo sostenible; diseño de actividades en espacios naturales; título de patrón; operadora de radio de barco; etc.- que en 2010 se hace realidad.

Su juventud, cualificación y el tipo de proyecto que desarrolla son tres variables a tener en cuenta en un proyecto de emprendimiento nuevo. Pero también es muy importante la tradición familiar. A lo largo de su vida ha visto cómo sus padres han creado distintas empresas siempre relacionadas con la restauración y la hostelería: *yo lo de crear empresa lo tengo clarísimo, es como si fuese en los genes, trabajar de funcionaria no sería lo mío porque tengo la inquietud de buscar, de trabajar, de crear proyectos y darle trabajo a la gente y desarrollarme como persona.*

Turismo Marinero Costa del Sol es una apuesta por una alternativa complementaria y sostenible a la pesca extractiva, poniendo en valor el trabajo realizado por pescadores como Pedro, pareja de Shonia y socio de la empresa.

Han puesto en marcha una amplia gama de actividades turístico pesqueras con las que hacen accesible el conocimiento del sector, sus protagonistas, trabajo y productos. Todo ello siempre desde el punto de vista del turismo sostenible. Todos estos elementos hacen del proyecto una iniciativa única en Andalucía. Entre las actividades que ofrecen, destaca como "producto estrella" las actividades de pesca-turismo, en la que el grupo viaja en un velero y, acompañado de una guía marinera, se trata de conocer desde dentro cómo faenan los marineros en un día de pesca. Dentro de estas realizan la "Ruta del Pez Volador", única en toda España: *solo podemos hacerlas en dos meses de verano que es cuando nos visita el pez y ¡si vieras la cara de la gente! Es espectacular porque es un pescado muy bonito, y vuela. A la gente le gusta muchísimo y los niños pueden cogerlos,...*

SHONIA CRUZ IBARRA
Turismo, mar: innovación

En este momento, sus clientes son principalmente familias de turistas y grupos escolares pero le gustaría también acceder a la población de la zona porque, a pesar de ser el medio de vida principal de muchas familias de Estepona, sigue siendo un sector desconocido para una parte de su población.

Si analizamos el modo de entender y hacer empresa de Shonia vemos como en Turismo Marinero destacan 6 pilares: los antecedentes familiares y su relación con el emprendimiento; su relación con el sector pesquero; el uso de TIC aplicadas a la empresa; su decidida apuesta por la sostenibilidad del sector pesquero; la cooperación con pescadores y otros empresarios/empresarias; y la importancia que otorga a la formación continua.

A modo de conclusión

Shonia es consciente de que aunque ha avanzado mucho aún tiene muchos retos: *darme a conocer, afianzarme y una vez tenga esto seguir con nuevos proyectos.* Todavía no se considera una empresaria de éxito pero destaca que es fundamental tener una iniciativa pionera/novedosa, amar el proyecto y trabajar mucho.

Está muy satisfecha con su proyecto pero reconoce que no está siendo fácil aunque cada vez recibe más muestras de reconocimiento, tanto por parte de compañeros del sector, como de clientes y a nivel institucional.

Como estrategia futura pretende seguir apostando por Estepona marinera, registrarse como marca y consolidarse. Una vez tenga esto y con más ideas en mente que no piensa desvelar solo dice *continuará...*

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Shonia decida emprender?
B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?
C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Shonia:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

SHONIA CRUZ IBARRA
Turismo, mar: innovación

D. ¿Crees que la experiencia de Shonia puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"Sabemos lo que somos, pero aún no sabemos lo que podemos llegar a ser"
(William Shakespeare)

Claves del éxito empresarial: fomento de la igualdad de oportunidades y visibilización del peso de las mujeres

MARIANA GARCÍA AGUILERA

Grupo de Desarrollo Pesquero
Cádiz - Estrecho

MARIANA GARCÍA AGUILERA
Del colegio a la pescadería

CASO PRÁCTICO

PESCADERÍA EL CHITO. Zahara de los Atunes (Cádiz)

Mariana es natural de Zahara de los Atunes y cuando le preguntas por su experiencia previa a la pescadería suelta una amplia carcajada, ella siempre ha estado ahí.

Antes de salir del colegio con 14 años estaba detrás de un mostrador. Esto ha sido por circunstancias porque mi madre tuvo a su último hijo con 42 años y tenía que ir a darle el pecho a la niña y yo me ponía en la pescadería.

Desde muy pequeña Mariana ha acompañado a su padre a comprar pescado al puerto y ha estado con su madre en la pescadería, su formación no ha sido en las aulas, la transmisión del conocimiento su oficio ha pasado de una generación a otra.

He ido siempre con él, desde pequeña, cogida a su pantalón y esto ha hecho que conozca a todo el mundo y que no me dé miedo ni vergüenza ir a comprar, sé cómo se hace todo y cómo se organiza y las cosas han cambiado mucho, antes el pescado estaba amontonado en el suelo ¡fíjate sanidad! Y los compradores se ponían en corro y hacían la subasta, no había peso todo se calculaba a cabeza y si te equivocabas perdías.

Mi formación ha sido traspasada de generación en generación mi padre me decía "no te voy a enseñar tú te vas a equivocar" y me he equivocado dos veces pero no tres, porque cada fallo te duele el bolsillo.

Es consciente de su falta de formación, pero también entiende que para el tipo de trabajo que desarrolla tiene los conocimientos precisos, no necesita más.

El caso de Mariana refleja a la perfección como aún hay un gran camino para alcanzar la igualdad de acceso al empleo en el sector pesquero y ser tratada en igualdad de condiciones, y con las mismas oportunidades:

Mujeres en el sector pesquero no hay yo soy la excepción, yo este año hago 30 años trabajando en el sector y una vez conocí a una mujer que venía de Tarifa que ya ha muerto. En Galicia sí están, pero aquí es por costumbre.Somos animales de costumbres y aquí es por eso, la costumbre es que el hombre vaya a pescar, la costumbre es que el hombre arregle el pescado y la costumbre es que el hombre lleve los aperos del barco. Yo nunca me he encontrado rechazo pero porque yo iba agarrada al pantalón de mi padre y me conoce todo el mundo.

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

MARIANA GARCÍA AGUILERA
Del colegio a la pescadería

Consciente de la importancia de la colaboración y de la necesidad de que se visibilice el trabajo de las mujeres, para que a su vez otras mujeres tomen impulso, ha colaborado con el Instituto Andaluz de la Mujer en un proyecto de empresarias gaditanas. Nos comenta que siempre estará dispuesta a compartir su tiempo y su experiencia, si con ello contribuye a la visibilización del papel de las mujeres en un sector en el que queda mucho por hacer.

Yo lo he tenido muy fácil, porque adoro mi trabajo y tengo el 90% ganado, el 10% lo hacen las horas, la perseverancia.

Los aspectos claves para alcanzar sus objetivos profesionales han sido el amor por su trabajo: *en mi trabajo con lo duro que es, lo sucio y las horas que tienes que trabajar si no te gusta muchísimo no puedes hacerlo.* Pero también las horas dedicadas, la perseverancia, la calidad de sus productos y la sinceridad con la clientela.

Uno de los problemas que se encuentra en el desarrollo de su trabajo es el intrusismo laboral por la economía sumergida, subraya que esto provoca un descenso en sus ventas y que debería haber más control sobre este tipo de acciones.

Otra de las dificultades que apunta Mariana y que le afecta tanto a ella como al resto de empresas de Zahara es la estacionalidad del turismo. Es un municipio pequeño que concentra un altísimo número de turistas en una determinada época, de 40 a 60 días al año, lo que condiciona la economía de la zona, con considerables oscilaciones en el empleo y volumen de trabajo.

El no tener hijos o hijas le da libertad a la hora de plantearse unas perspectivas de futuro tranquilas, no quiere más de lo que tiene y su intención es reducir progresivamente la carga de trabajo, disponer de más tiempo libre y conciliar su vida personal y familiar con la laboral.

Aconseja a las mujeres que hay que tener las ideas muy claras y a partir de ahí desarrollarlas superando las trabas o miedos que surgen en el proceso. También comenta que se ha de ser conscientes de las dificultades que tiene ser autónomo y que en los dos primeros años no siempre se gana dinero.

A modo de conclusión

Mariana anima a las mujeres a crear empresa, y valora el hecho de que su ejemplo y el de otras muchas permitan que otras emprendedoras se atrevan a dar el paso. Destaca entre otros aspectos, la satisfacción personal y profesional que aporta desarrollar su proyecto empresarial, así como la independencia económica, aspecto muy importante en un sector en el que muchas mujeres siguen sin ser independientes entre otros aspectos por la dependencia económica.

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

MARIANA GARCÍA AGUILERA
Del colegio a la pescadería

1. A continuación te pedimos que reflexiones sobre las siguientes cuestiones:

A . ¿Cuáles son los tres aspectos o factores que han conseguido que Mariana decida emprender?

B. ¿Cuál ha sido el principal problema encontrado en el proceso? ¿Cómo crees que lo ha solucionado?

C. A continuación te presentamos las claves de éxito de un proyecto emprendedor en el ámbito del proyecto EZPA, nos gustaría que nos señalases las que crees que se ajusta a la experiencia de Mariana:

1. Perfil sociodemográfico de la emprendedora (edad, nivel formativo, responsabilidades familiares)
2. Situación laboral y económica de la emprendedora (situación laboral previa, renta familiar, satisfacción profesional, dedicación laboral).
3. Relación con el emprendimiento (antecedentes familiares emprendedores, experiencia previa de emprendimiento, motivación para emprender, beneficios esperados, tipo de proyecto).
4. Perfil de la actividad (tipo de actividad, razones para la elección de la actividad, inversión inicial, beneficios económicos, búsqueda de nuevos mercados).
5. Asociacionismo y vinculación a redes sociales profesionales.
6. Uso de tecnología.
7. Respuesta institucional recibida.
8. Creación de empleo.
9. Aumento de la diversificación económica del territorio.
10. Innovación.
11. Fomento de la igualdad de oportunidades.
12. Visibilización del peso de las mujeres.

D. ¿Crees que la experiencia de Mariana puede servirte a la hora de iniciar tu proyecto emprendedor?

☐ Sí ☐ No ¿En qué sentido?

Grupo de Desarrollo Pesquero Cádiz - Estrecho

MARIANA GARCÍA AGUILERA

Del colegio a la pescadería

2. Ahora nos gustaría que pensases en una idea de negocio, algo que hayas detectado que puedas desarrollar y que te gustaría emprender. Recuerda que para tener una buena idea de negocio no es necesario pensar en algo tecnológicamente avanzado, simplemente necesitamos pensar en las necesidades no cubiertas de nuestro entorno más cercano. Para ello te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

¿Cómo deberíamos plantear nuestro proyecto emprendedor?

1. Localizar un sector de mercado bien definido. No tengas miedo de que sea pequeño. Es más probable que te equivoques por pretender llegar a un nicho de mercado demasiado grande para tus posibilidades.
2. Identificar una necesidad común y frecuente en esa oportunidad de negocio.
3. Averiguar cuánto estaría dispuesto a pagar un cliente potencial por resolver esa necesidad. Si somos capaces de traducir el problema a coste económico para nuestra clientela potencial, premio, porque sabiendo lo que le cuesta el problema ya sabes dónde está el tope. Esta es una de las tareas más difíciles del proceso.
4. ¿Cómo llegaremos a un cliente potencial para poder resolver esa necesidad? Para ello localizaremos los medios de comunicación que utiliza, cómo compra a otros proveedores, quién toma las decisiones de compra, red de contacto, de quién se fía...
5. Diseñar una estrategia para llevar el producto o servicio al mercado. Hablamos de comunicación, publicidad, comercialización...
6. Ahora sí, piensa cómo lo vamos a hacer: con quién vas a contar, a quién vas a contratar, cuánto tiempo te va a llevar el desarrollo...
7. Realizar la previsión de ingresos y gastos por meses para el primer año y por trimestres para los dos siguientes. Si no sabemos cómo hacer todo esto, es el momento de acudir a los recursos públicos que te pueden ayudar.
8. ¿Conoces el Grupo de Desarrollo Pesquero de tu zona? Es el momento de que te conozcan y mostrarles tu idea de negocio. También puedes acudir al Centro de Apoyo a Iniciativas Empresariales (CADE).
9. Si realmente es viable conseguir el dinero, ahora sí es el momento de pensar en logos, nombres de empresa, tarjetas de visita y esas cosas.
10. Llega el momento de lo más difícil, vender. En cuanto tengamos algo medianamente presentable, no es necesario esperar a tener el producto perfecto.

Y recuerda:

"*Lo que todavía nos falta a las mujeres aprender es que nadie te da poder. Simplemente lo tienes que tomar tú*" (Roseanne Barr)

3. Cuestionario de autodiagnóstico emprendedor

2.2.6. Cuestionario de autodiagnóstico del éxito empresarial

La información obtenida en esta encuesta está protegida por la Ley 12/89 que regula el secreto estadístico para las administraciones públicas, no pudiéndose tratar ni difundir más que de forma numérica y agregada, para garantizar el anonimato de las personas encuestadas.

Esta encuesta forma parte del estudio ***Emprendedoras en las Zonas de Pesca de Andalucía***, proyecto de cooperación entre los siete Grupos de Desarrollo Pesquero (GDP) de la Comunidad Autónoma Andaluza. Su finalidad es fomentar la cultura emprendedora y las actividades empresariales ligadas a la pesca, realizadas por mujeres, a través de la visibilidad y el efecto demostrativo de las mejores experiencias que en este ámbito se identifiquen en las zonas de pesca de Andalucía, y el posterior apoyo a su gestión empresarial por parte de distintos agentes. Con el siguiente cuestionario te invitamos a conocer el grado de éxito de tu proyecto empresarial al tiempo que podrás conocer tus fortalezas y debilidades. Para ello, sólo necesitas contestar de forma sincera garantizándole el total anonimato de los datos.

Para contestar a las preguntas basta con marcar en la casilla que corresponda, cuando la opción de respuesta elegida sea "otros" por favor detalle su respuesta en el apartado correspondiente.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

I. DIMENSIÓN PERSONAL, DE LA EMPRENDEDORA

Variables sociodemográficas

P.1 Edad, nos puede indicar su edad _____

16 a 24 años	1
25 a 54 años	2
55 a 65 años	3
Más de 65 años	6
NC	9

P.2 Grado de formación, estudios finalizados o alcanzados

Sin estudios	1
Educación Primaria	2
Programas para la Formación y la Inserción Laboral	3
Educación Secundaria	4
Enseñanzas de Grado Superior de Formación Profesional Específica y Equivalente	5
Estudios Universitarios y Postgrado	6

P.3 Indíquenos si alguna de estas personas residen en su hogar con Ud.

	Si	No
P.3.1. Hijos o hijas menores de tres años	1	2
P.3.2. Personas mayores de 65 años que no sean pareja	1	2
P.3.3. Personas con discapacidad reconocida	1	2
P.3.4. Personas en situación de dependencia reconocida (necesitan ayuda de una tercera persona para hacer actividades básicas de la vida diaria)	1	2

P.3.A En caso afirmativo, ¿Comparte el cuidado de personas dependientes con otras personas?

Si	1
No	2

P.3.B ¿Utiliza servicios como guarderías o centros de día?

Si	1
No	2

Situación laboral y económica

P.4 Antes de crear su empresa ¿cuál era su situación laboral?

Trabajadora por cuenta ajena	1
Trabajadora por cuenta propia	2
Sin trabajo	3
Ayuda en la empresa o negocio familiar	4
Parada (disponible y buscando empleo)	5
Dedicada a los trabajos del hogar	6

P.4.1 En caso de que estuviese trabajando, por favor, especifique el sector de actividad.

Agricultura, Ganadería y Pesca	1
Comercio	2
Construcción	3
Industria	4
Servicios (Personales, Financieros, Consultoras)	5

P.4.1.A En el caso haber estado ocupada en el sector pesquero, ¿nos podría indicar si se trataba de alguna de las siguientes actividades?

Pesca	1
Acuicultura	2
Procesado de pescados, crustáceos y moluscos	3
Industria	4
Fabricación de conservas, salazones y ahumados de pescados tradicionales	5
Gestión y comercialización	6
Servicios comerciales	7
Otra actividad, ¿cuál?	8

P.5 Antes de crear su empresa ¿cuál era, aproximadamente, el nivel de renta de su unidad familiar?

Menor de 9.000 /año	1
Entre 9.001 y 15.000 /año	2
Entre 15.001 y 30.000 /año	3
Más de 30.001 /año	4

P.6 Consideras tu satisfacción con tu vida profesional:

Muy alta	5
Alta	4
Media	3
Baja	2
Muy baja	1

P.7 Imagínese un día laboral normal en su vida. ¿Cómo se suelen repartir las 24 horas del día entre las siguientes tareas o actividades?

Actividad	Horas
Cuidados personales (incluye el descanso y dormir)	
Trabajo remunerado	
Estudios	
Hogar y familia	
Trabajo voluntario, reuniones	
Vida social, diversión	
Deportes y actividades al aire libre	
Aficiones e informática	
Medios de comunicación	
Trayectos y tiempos no especificados	

Relación con el emprendimiento

P.8 Indíquenos si alguno o alguna de estos familiares son o han sido empresarios o empresarias.

Madre	1
Padre	2
Hermano	3
Hermana	4
Pareja	5
Otro familiar emprendedor	6
Ninguno / a	7

P.9 ¿Es su primera experiencia emprendedora?

Sí	1
No, pero no tuve éxito en la anterior o anteriores	2
No, tengo o he tenido experiencias anteriores exitosas	3

P.10 ¿Cuál es tu principal motivación para emprender?
(Por favor, indique una sola respuesta)

Por oportunidad	1
Por motivos económicos	2
Por motivaciones familiares	3
Porque es lo que deseaba	4
Para conciliar la vida familiar y profesional	5
Para desarrollar mis conocimientos	6
Otros, detallar _____	7

P.11 ¿Qué beneficios ha obtenido o espera obtener de este proyecto empresarial?

Seleccionando una opción por cada tipo de beneficio

Beneficios personales	
Horario	1
Conciliación	2
Económicos	3
Desarrollo personal	4
Ninguno	5
Otros, especificar _____	6
Beneficios profesionales	
Productivos	7
Tecnológicos	8
Carrera profesional	9
Generar empleo	10
Sociales	11
Económicos	12
Ambientales	13
Otros, especificar _____	14

P.12 Su proyecto empresarial es un...

Modelo de emprendimiento naciente (de 0 a 3 meses)	1
Modelo de emprendimiento nuevo (de 3 a 42 meses)	2
Modelo de empresa consolidada (más de 42 meses).	3

II. DIMENSIÓN DEL PROYECTO EMPRESARIAL

Dimensión de la actividad

P.13 ¿Podrías indicar la actividad en la que se encuadra su empresa? (Señalar la actividad principal de la empresa)

Pesca	1
Acuicultura	2
Procesado de pescados, crustáceos y moluscos	3
Fabricación de conservas, salazones y ahumados de pescados tradicionales	4
Extracción de sal	5
Fabricación de fertilizantes y compuestos nitrogenados	6
Reparación y mantenimiento naval	7
Comercio al por mayor de pescados y mariscos y otros productos alimenticios	8
Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados	9
Transporte marítimo	10
Actividades anexas al transporte marítimo y por vías navegables interiores	11
Hoteles y alojamientos similares	12
Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	13
Restaurantes y puestos de comidas	14
Otros servicios de comidas	15
Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales	16
Otras actividades recreativas y de entretenimiento	17
Otras, indicar cual _____	18

P.14 ¿Por qué motivo ha elegido ese sector para su proyecto?

Detección de una oportunidad de negocio	1
Experiencia previa en el sector	2
Necesidad personal de cambio	3
Afición	4
Formación específica en el sector	5
Motivos familiares	6
Necesidades económicas	7

P.15 ¿Qué fórmula jurídica ha elegido?

Persona física	1
Sociedad cooperativa	2
Sociedad anónima	3
Sociedad limitada	4
Sociedad limitada laboral	5
Sociedad anónima laboral	6
Comunidad de bienes	7
Sociedad civil	8
Otras	9

P.16 ¿Cuál ha sido el porcentaje de inversión inicial cubierto con financiación ajena?

Menos del 10%	1
Entre el 10% y el 25%	2
Entre el 26% y el 50%	3
Entre el 51% y el 75%	4
Entre el 76% y el 99%	5
El 100%	6

P.17 Desde que comenzó su proyecto, los beneficios de su empresa...

Han aumentado	1
Se han mantenido estables	2
Hemos tenido pérdidas	3

P.17.A ¿Qué expectativas tiene para el corto y medio plazo?

Que aumentarán los beneficios	1
Los beneficios se mantendrá estables	2
Tendremos pérdidas	3

P.18 ¿Actualmente está desarrollando nuevos productos o se está apostando por nuevos mercados?

	Si	No
P18.1. Desarrollando nuevos productos/servicios	1	2
P18.2. Nuevos mercados	1	2

Asociacionismo y redes profesionales

P.19 ¿Pertenece a alguna de las siguientes asociaciones empresariales?

Tipo de asociación	Ámbito			
	Local	Regional	Nacional	Internacional
P20.1. Cámara de comercio	1	2	3	4
P20.2. Asociación empresarial	1	2	3	4
P20.3. Asociación sectorial	1	2	3	4
P20.4. Asociación de mujeres	1	2	3	4
P20.5. Otra, detallar_____	1	2	3	4

P.20 ¿Su empresa está presente en alguna o algunas de estas redes sociales?

LinkedIn	1
Tuenti	2
Facebook	3
Xing	4
Viadeo	5
Otras, detallar____	6

Uso de tecnología

P.21 A continuación le pedimos que nos indique cual o cuáles de las siguientes tecnologías están presentes en su empresa.

Ordenadores	1
Internet	2
Correo electrónico	3
Smartphone	4
Plataforma comercio electrónico	5
Firma digital	6
Página Web	7

P.22 En caso de que las tenga indique el grado de utilización, siendo 1 nada y 5 mucho.

P23.1. Ordenadores	1	2	3	4	5
P23.2. Internet	1	2	3	4	5
P23.3. Correo electrónico	1	2	3	4	5
P24.4. Smartphone	1	2	3	4	5
P25.5. Plataforma comercio electrónico	1	2	3	4	5
P26.6. Firma digital	1	2	3	4	5
P27.7. Página Web	1	2	3	4	5

P.23 ¿Considera las TIC importantes para tener éxito en su empresa?

Muy importantes	5
Bastante importantes	4
Ni mucho ni poco	3
Poco importantes	2
Nada importantes	1

Respuesta institucional

P.24 ¿Qué tipo de servicios de orientación/apoyo para la actividad emprendedora ha recibido? Si no lo ha recibido, deje en blanco la respuesta

Decisión de emprender	Público	Privado
P24.1. Difusión	1	2
P24.2. Test de actitudes emprendedoras	1	2
P24.3. Bolsa de ideas, tablón de ofertas y demandas	1	2
P24.4. Casos de éxito, entrevistas y análisis de empresarias/os consolidados	1	2
P24.5. Talleres de creatividad, generación de ideas	1	2
Gestión de la idea		
P24.6. Análisis de la viabilidad de la idea	1	2
P24.7. Detección de oportunidades de negocio	1	2
P24.8. Estudios de mercado	1	2
P24.9. Jornadas sectoriales	1	2
Desarrollo del proyecto		
P24.10. Análisis propiedad industrial/ intelectual	1	2
P24.11. Formación tutorización del plan de negocio	1	2
P24.12. Herramientas on-line	1	2
P24.13. Información sobre financiación, subvenciones y ayudas	1	2
P24.14. Información sobre trámites jurídicos y administrativos	1	2
P24.15. Publicaciones, premios a las mejores iniciativas emprendedoras	1	2
Creación de la empresa		
P24.16. Apoyo jurídico a la creación de la empresa	1	2
P24.17. Creación de la empresa	1	2
P24.18. Tramitación y gestión de subvenciones y financiación pública	1	2
P24.19. Financiación directa	1	2
P24.20. Alojamiento Web	1	2
P24.21. Servicios comunes de alojamiento	1	2

P.25 A continuación te mostramos una tabla con los recursos para el fomento del emprendimiento disponibles en Andalucía, por favor marca aquellos que conozcas.

Dirección General de Economía Social y Emprendedores	1
IDEA Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía	2
EUROCEI Centro Europeo de Empresas e Innovación	3
FIDES emprende	4
Centro Virtual de Emprendedores	5
Consejo Andaluz de Cámaras	6
Asociación Jóvenes empresarios	7
BIC EURONOVA Centro Europeo de Empresas e Innovación	8
Instituto de la Mujer	9
INVERCARIA – Inversión y Gestión de Capital Riesgo de Andalucía, S.A.	10
CREA. Centro de Recursos Empresariales Avanzados	11

III. DIMENSIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

Creación de empleo

P.26 Indíquenos el número de mujeres y varones que trabajan en función a las distintas áreas/departamentos de la empresa.

Áreas/ departamentos de la empresa	Mujeres	Varones
Dirección- Gerencia		
Administración- Recursos Humanos		
Compras- Suministros		
Comercial- Ventas- Distribución		
Producción-Servicios		
Mantenimiento- Almacén		
Calidad-Medio Ambiente		
Seguridad e Higiene		
Totales		

P.27 Según sus previsiones a corto-medio plazo, ¿su empresa aumentará en número de trabajadoras y trabajadores o disminuirá?

Aumentará

Nº Mujeres	
Nº de Varones	

Disminuirá

Nº Mujeres	
Nº de Varones	

Innovación

P.28 ¿Ha realizado actividades de formación en el último año?

Sí	1 Pasar a P29a
No	2 Pasar a P29b

P.28.A Indique el motivo

Tengo la formación necesaria	1
Falta de tiempo	2
Escasa calidad de los cursos; jornadas; seminarios	3
Incompatibilidad de horarios	4
Otros ¿cuál/es?	5

P.29 ¿Considera la formación importante para el éxito de su empresa?

Muy importante	1
Bastante importante	2
Ni mucho ni poco	3
Poco importante	4
Nada importante	5

P.30 ¿Con qué respuesta se ve más reflejada? (Marque una respuesta)

No me preocupa arriesgarme siempre que conozca el riesgo y pueda, en cierta medida, evaluarlo y afrontarlo	1
No me preocupa arriesgarme porque forma parte de la toma de decisiones, y siempre hay una parte de ellas que es incontrolable, y que hay que asumir	2
Creo que para tomar una decisión hay que estar segura y no arriesgarse, ya que lo imprevisto es siempre desagradable	3

P.31 ¿Cuándo tiene una idea para su empresa o proyecto emprendedor? (Marque una respuesta)

El mercado es lo verdaderamente importante. Se trata de detectar sus necesidades, y pensar cómo cubrirlas con eficacia	1
Tengo una idea y eso es importante, pero lo es más calcular la capacidad de sacarla adelante y conocer sus posibilidades	2
Toda idea es susceptible de ser considerada como modelo de negocio y será el principio del camino de emprender, que se irá descubriendo a medida que se avanza	3

P.32 Expectativas de crecimiento económico en los próximos 12 meses

Nada buenas	1
Buenas	2
Ni buenas ni malas	3
Malas	4
Muy malas	5

P.33 ¿Cree que el actual contexto económico puede afectar negativamente al crecimiento y/o consolidación de su empresa?

Mucho	1
Bastante	2
Ni mucho ni poco	3
Poco	4
Nada	5

P.34 ¿Qué importancia tiene la innovación en su empresa?

Mucha	1
Bastante	2
Ni mucha ni poca	3
Poca	4
Ninguna	5

Fomento de la igualdad de oportunidades

P.35 Del listado de medidas de conciliación que pueden ofrecer las empresas ¿cuáles conoce y cuáles ha implantado?

	Conoce		Implantado	
	Sí	No	Sí	No
P35a. Reducción de jornada laboral	1	2	1	2
P35b. Creación de guarderías en los entornos de trabajo	1	2	1	2
P35c. Flexibilidad horaria en el comienzo y finalización de la jornada	1	2	1	2
P35d. Elección libre de turnos e intercambio entre compañeros/as	1	2	1	2
P35e. Trabajo a tiempo parcial con posibilidad de retorno al tiempo completo	1	2	1	2
P35f. Posibilidad de efectuar parte del trabajo en el hogar (teletrabajo)	1	2	1	2
P35g. Reducción de la jornada por motivos familiares	1	2	1	2

P.36 ¿Participa de forma activa en algún o algunos organismos o asociaciones que fomenten el desarrollo socioeconómico de las mujeres?

Si	1
No	2

P.37 ¿Además de en este proyecto en el que está participando, en el último año has tenido la oportunidad de participar, tanto individualmente como a través de tu empresa, en algún proyecto enfocado al aumento de la participación y visibilización del peso de las empresarias en el desarrollo socioeconómico del territorio?

Si	1
No	2

P.37.A En caso afirmativo, ¿nos podrías indicar el nombre y la entidad que lo desarrolla?

_____

_____

_____

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

FINANCIAN

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Pesca

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

PROMUEVEN

GDP Almería Occidental
Adra y Roquetas de Mar

Grupo de Desarrollo Pesquero
Cádiz - Estrecho

Grupo Desarrollo Pesquero-COMARCA NOROESTE DE CÁDIZ
GDP CNC

GDP CostaLuz

GRUPO DE DESARROLLO PESQUERO
LEVANTE ALMERIENSE

G.D.P. MALAGA
COSTA DEL SOL