EM96DOSS0 9/8/05 13:54 Página 1



*Tienes dónde elegir. Hemos analizado los sectores con más proyección de futuro y, de cada uno de ellos, hemos seleccionado las mejores oportunidades de negocio para que comiences a operar cuanto antes.*

***Realizado por Javier Escudero.***

# 120 oportunidades de autoempleo

# 1 ¿Qué negocio te conviene más?

*Servicios competitivos, nichos de mercado, negocios que funcionen en otros lugares, que se puedan ofrecer a particulares y a colectivos, y también a domicilio… Estas son las mejores oportunidades de negocio.*

Desde consultor en biotecnología hasta adiestrador de perros, pasando por asesor de seguros a particulares y empresas o experto vitivinícola…, y así hasta 120 oportunidades de negocio para comenzar a operar. Unos requieren tener conocimientos especializados, sobre todo aquellos negocios que están relacionados con ingenierías de telecomunicaciones o medioambientales; otros, experiencia, como los consultores, y otros, iniciativa, como pueden ser todos los proyectos que dependen de la creatividad y de la innovación para su desarrollo.

## Proyección de futuro

En cualquier caso, hemos seleccionado más de un centenar de posibles negocios que puedes poner en marcha en sectores considerados como 'emergentes', aquellos que destacan por su gran proyección de futuro en sus respectivos mercados.

**Servicios competitivos.** Las ideas de negocio que proponemos en las siguientes páginas de este dossier pueden emprenderse de forma independiente o combinando varias con el objetivo de ofrecer servicios más competitivos a los futuros clientes. Por ejemplo, si optamos por crear una consultoría para un mercado tan atomizado como el de las microempresas, podemos especializarnos en la búsqueda de financiación pública y privada, pero también podemos ofrecerles otros servicios complementarios como negociación para la búsqueda de socios y acuerdos, marketing para ampliar su cartera de clientes, etcétera.

**¿Negocios viables?** También debes tener en cuenta que algunos de los negocios seleccionados pueden no ser viables en tu zona, bien porque la demanda a la que responden ya esté cubierta por empresas del sector o porque no se den las condiciones favorables para su puesta en marcha, de recursos, de clientes, etcétera.

**Necesidades de mercado.** Lógicamente, antes de dar el salto, debes estudiar las necesidades del mercado, tanto las que están ya cubiertas por otras empresas (por si descubres que cometen fallos que te podrían permitir a ti subsanarlos ofreciendo otros alternativos), como las que no lo están (porque se refieren a nichos de mercado muy pequeños que las empresas grandes no atienden porque las inversiones que tienen que realizar no les compensan).

## Negocios miméticos

Junto a estos dos factores, también debes analizar si puedes implantar en tu zona negocios que ya están funcionando en otros sitios de forma exitosa, sobre todo si son mercados locales o extranjeros, ya que las posibilidades de que existan ya aquí son pocas. Por ejemplo, todos aquellos relacionados con la gestión del patrimonio histórico y cultural o con la gestión deportiva, entre otros.

**Para todos.** En nuestra selección, existen oportunidades de negocio que comercializan productos y/o servicios que se pueden ofrecer tanto a particulares como a colectivos, por ejemplo, aquellos relacionados con el culto al cuerpo o los de deporte. Eso permite tener una cartera amplia de posibles clientes.

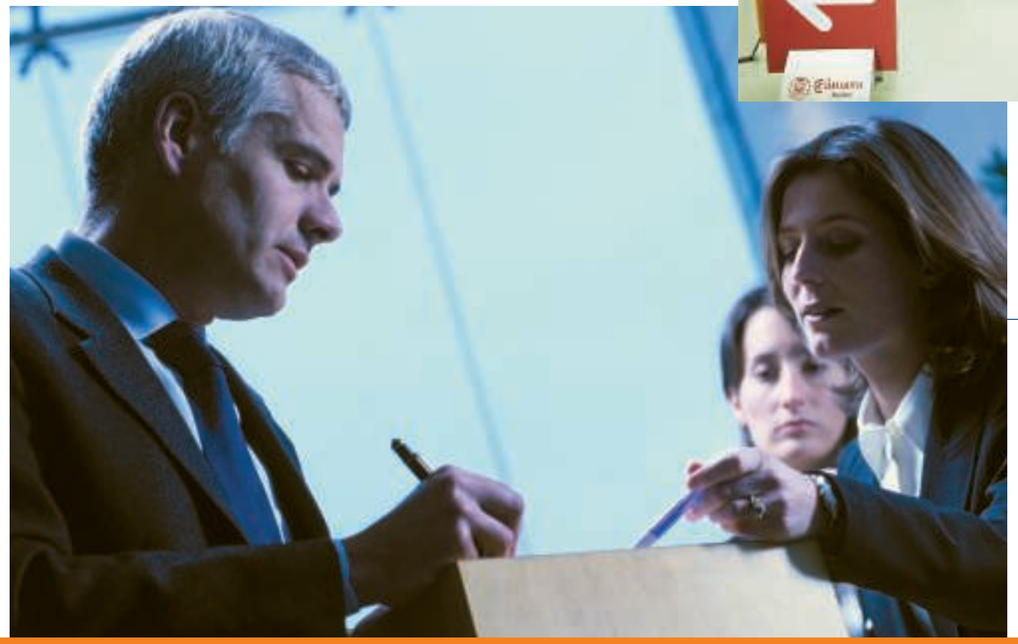
**Buenos clientes.** También hemos elegido varios negocios que centran parte de su actividad en cubrir demandas de las Administraciones locales y/o regionales. No obstante, aunque son 'buenos' clientes no debes olvidar que la posibilidad de tener a un ayuntamiento o institución pública entre tus clientes 'favoritos' está condicionada a ganar un concurso previo. Superando ese 'pequeño' inconveniente, y si consigues que sea cliente tuyo, sólo necesitas –para renovar año tras año el contrato administrativo– actualizar sus demandas de negocio y presentar innovaciones.

**A domicilio.** Otros negocios que están funcionando de forma satisfactoria son todos aquellos que ofrecen la posibilidad de ofrecerlos a domicilio. Por ejemplo, *catering*, servicios sociosanitarios, reparación de coches o un asistente personal, entre otros.

## Servicios a empresas

Uno de los 'bloques' más amplios de negocio que hemos seleccionado es el de los servicios dirigidos a empresas, ya que éstas necesitan servicios muy específicos que solventen problemas concretos. Por ejemplo, son viables aquellas ideas de negocio enfocadas a soluciones tecnológicas, a la gestión diaria de sus actividades empresariales o la reducción de costes.

**En una red.** Y por último hemos destacado las posibilidades de autoempleo que ofrece la franquicia. Aunque sólo resaltamos una pequeña muestra, si deseas más información de esta fórmula de negocio puedes encontrarla en nuestros especiales en *www.emprendedores.es*.



**Las ventanillas únicas empresariales han acelerado el proceso de puesta en marcha de un negocio, al aglutinar los trámites de constitución en un sólo organismo.**

## Consejos jurídicos

**La responsabilidad de los administradores, el número de socios, el capital social, la fiscalidad y el tipo de trámites administrativos influyen a la hora de elegir una forma jurídica para nuestra empresa. No obstante, de forma orientativa, podría ser más conveniente –a efectos fiscales– hacer una sociedad que ser autónomo, si superamos los 40.000 euros de cifra de negocio.**

Aunque no hay fórmulas mágicas que nos digan cuál es la forma jurídica más idónea para nuestra futura empresa, sí hay una serie de criterios que nos ayudarán a elegir una u otra", subraya Belén Castaño, de la asesoría jurídica de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Madrid.

**1. Responsabilidad.** Este es el primero que tendremos en cuenta, "porque, a la hora de decidir si vamos a operar como empresario autónomo o constituir una forma jurídica societaria, en el primer caso, la responsabilidad es universal e ilimitada. Eso implica que vamos a arriesgar todo nuestro patrimonio, no sólo el presente, sino también los bienes futuros. En el segundo, la responsabilidad está limitada al capital aportado".

**2. Socios.** "Desde que se implantaron las sociedades limitadas, cabe la posibilidad de hacer una sociedad unipersonal, tanto limitada como anónima. Antes, si eras tú sólo, te constituías como autónomo, y si había dos socios o más, se creaba una sociedad".

**3. Capital social.** "Ahora, el 90% de las empresas se constituye como unipersonal limitada, porque con sólo 3.012 euros se puede tener una sociedad de responsabilidad limitada, mientras que, para las anónimas, se necesitan 60.000 euros", afirma Castaño.

**4. Fiscalidad.** "Si operamos como autónomo, tributaremos por IRPF. Éste es un impuesto progresivo, es decir, existe un tipo mínimo del 15% y un máximo del 45%. De tal manera, que a mayor número de ingresos, pagaremos más. Sin embargo, cuando constituimos una forma societaria no tributamos por IRPF, sino por el Impuesto de Sociedades: un tipo impositivo único del 30 y del 35%. Es decir, las empresas tributan al 30%, cuando su base imponible está entre 0 y 90.151,81 euros, y al 35%, si es superior". Castaño reconoce que existe una diferencia muy importante entre tributar como autónomo, hasta un tipo máximo del 45%, que por sociedades, que es del 30%. "Es necesario hacer un cálculo previo. A partir de 40.000 euros de cifra de beneficio neto podría considerarse más conveniente constituir, a efectos fiscales, una sociedad que ser autónomo, porque se dispara: al tributar por IRPF y ser progresivo, a mayor volumen de rendimientos, se pagan más impuestos".

**5. Sencillez en la tramitación.** La más sencilla es la de autónomo, gracias a la ventanilla única empresarial. "Y la Sociedad Limitada Nueva Empresa es la idónea para pequeñas y microempresas porque se agiliza y se simplifica el proceso en 48 horas".

## Consejos financieros

**Aunque pueda parecer una obviedad, "es necesario elaborar un plan de viabilidad concienzudo de nuestro futuro negocio –que no siempre se hace–, para evitar tener que cerrar la empresa a los pocos meses por falta de liquidez", recomienda Raúl Jiménez, director financiero de AJE Madrid.**

**Un consejo práctico es acudir a un experto financiero que nos asesore sobre cómo tiene que ser nuestro plan de inversión, es decir, cuánto dinero vamos a necesitar para poner en marcha el negocio. No debemos olvidar que, además de ese dinero, "debemos contar con un fondo de maniobra de entre 20 y 25% del capital para imprevistos", señala Jiménez. También debemos contar con un plan de financiación: "Saber qué parte de recursos propios y ajenos necesitamos. El 25% de la inversión debe ser, al menos, con recursos propios y luego analizar cuál es la mejor forma de financiar los recursos externos. Además, es importante hacer una previsión lo más objetiva posible de una cuenta de gastos e ingresos a tres años –revisable al año– para analizar la viabilidad y una previsión de tesorería –revisable cada seis meses–, con las entradas y salidas de dinero, para analizar las necesidades de liquidez de la empresa".**

# 2 Ideas de negocio para autoempleo

*Hemos seleccionado más de un centenar de ideas de negocio en sectores emergentes. Varias de ellas pueden complementarse para dar un servicio más competitivo.*

## Biotecnología

**A diferencia de países como Japón o Estados Unidos, donde la biotecnología está muy implantada en el tejido empresarial, en España todavía es un sector muy nuevo, que ofrece numerosas oportunidades de negocio. Se entiende por biotecnología todas aquellas técnicas y herramientas que permiten modificar organismos vivos o parte de ellos, así como transformar materiales vivos o inertes para producir nuevos conocimientos y/o desarrollar procesos, productos y servicios. Aunque es cierto que la mayoría de los proyectos biotecnológicos requieren de fuertes inversiones económicas en equipos y en personal, así como largos períodos de investigación (lo que encarece los procesos productivos), existen áreas de actividad dentro de este sector muy apropiadas para pequeños emprendedores que no precisan de fuertes inversiones. Son todas aquéllas relacionadas con la oferta de productos y el desarrollo de servicios auxiliares a otras bioempresas. Algunas de las oportunidades son:**

### 1. Consultor biotecnológico.

Aunque acotado a especialistas, es, tal vez, la opción con más posibilidades de éxito dentro de este mercado, ya que incluye la prestación de servicios de asesoramiento y consultoría tanto a bioempresas como a las tradicionales medianas y grandes compañías farmacéuticas, de alimentación, etc., que están obligadas a innovar en biotecnología si no quieren perder competitividad en los próximos años. Entre los servicios que pueden ofrecer estas consultoras están el análisis y viabilidad de nuevos proyectos, la búsqueda de socios y de inversores públicos y privados, el desarrollo de planes de crecimiento o la búsqueda de profesionales.

### 2. Asesor legal.

Esta actividad puede desarrollarse en solitario o como un servicio más dentro de la consultoría especializada en biotecnología. Una de las principales armas competitivas de este sector es el uso de patentes biotecnológicas para el desarrollo de productos y servicios. El proceso de gestación de una patente es arduo, laborioso y complejo. Asesorar legalmente a bioempresas en todo lo relacionado con la propiedad industrial e intelectual y el desarrollo de una patente es una buena oportunidad de negocio.

### 3. Empresa de bioprocesos.

Las compañías dedicadas a investigar nuevos productos biotecnológicos necesitan que otras les surtan de *software* específico que analice e interprete toda la información biotecnológica que desarrollan sus profesionales, así como de materiales técnicos de medición de las investigaciones.

### 4. Laboratorio de ensayos.

Otra posibilidad es la de prestar apoyo material y humano en el análisis de datos de los trabajos de investigación que realizan las compañías biotecnológicas.

### 5. Vigilancia tecnológica y protección de datos.

Además del procesamiento de toda la información derivada de una investigación, es muy importante conocer qué es lo que se está haciendo en otros países, mercados y empresas de la competencia, así como la protección y vigilancia de las patentes biotecnológicas.

Montse Calvo prueba a una clienta un vestido del modisto Carlos Correa (a la izda.), colaborador de su empresa.

### Prosum Imagen y Comunicación

Después de muchos años trabajando en un grupo financiero, empecé a estudiar asesoría de imagen para cambiar de sector. Cuando estaba finalizando, me propusieron impartir un curso de protocolo, que era una de las asignaturas que estudiaba. Como tenía experiencia como formadora, me animé a montar un gabinete que abarcara todos los aspectos de la asesoría de imagen", explica Montse Calvo, de Prosum, un gabinete de imagen personal y protocolo. Fundado en 2004 en Madrid, con una inversión de 12.000 euros, Calvo asesora y forma a particulares y empresas en todos aquellos aspectos que tienen que ver con la imagen personal que proyectamos (imagen física y comportamiento). "Además, ofrecemos servicios de *personal shopper* y organizamos eventos. Nuestro servicio estrella es el de adecuar la imagen de los trabajadores de una empresa a su identidad corporativa, ya que el empleado es la 'cara' de la empresa y debe saber transmitir sus valores". Calvo, que este año prevé facturar 30.000 euros, cuenta con numerosos colaboradores como peluqueros, maquilladores, modelos, estilistas...

De izda. a dcha., Isabel Marín, Noemí Rodríguez (sentada) y Dévora Pérez, actuales socias de Lenaf.

### Lenaf, Servicios Deportivos

"El autoempleo requiere mucho esfuerzo y sacrificio", señala Noemí Rodríguez al recordar los siete años que lleva en Lenaf, empresa dedicada a la gestión de servicios deportivos, que en 1998 puso en marcha en Gran Canaria junto a otras siete personas. De los fundadores (que invirtieron 1.500 euros cada uno), en la actualidad el negocio lo gestionan sólo tres (Isabel Marín y Dévora Pérez, además de Noemí). "Mientras estudiábamos educación física, trabajamos como técnicos deportivos en distintas disciplinas. A medida que avanzábamos en los cursos, nos sentíamos más identificadas con las asignaturas que tenían que ver con gestión, marketing, planificación, etc. Por aquel entonces, comenzó a desarrollarse más la iniciativa de las Administraciones públicas de contratar, mediante concurso, la gestión de las instalaciones o servicios deportivos. Y vimos en esta necesidad pública una oportunidad de negocio". Entre los servicios que ofrecen destacan la elaboración de estudios de viabilidad para poner en marcha servicios e instalaciones deportivas, distribución y venta de material y equipamiento deportivo y desarrollo de aplicaciones informáticas y equipamiento complementario para el control de accesos. También desarrollan cursos de formación técnica deportiva. Lenaf facturó en 2004 450.000 euros y para este año pretende llegar a los 550.000.

## Culto al cuerpo y cuidado personal

**En los últimos años hemos asistido a un cambio en la mentalidad de los consumidores. Así, ha crecido la preocupación por sentirnos física y psicológicamente bien con nosotros mismos. Los negocios centrados en el culto al cuerpo y en el cuidado personal tienen enormes posibilidades de éxito. La ventaja de este tipo de negocios es que pueden dirigirse tanto a particulares como a los empleados de las empresas. Algunas ideas de negocio son:**

### 6. Entrenador personal.

Esta idea, importada de Estados Unidos, permite en España acceder a un mercado todavía poco generalizado. Puedes ofrecer tus servicios a domicilio y a otras empresas como complemento a sus clientes, por ejemplo, gimnasios, hoteles, centros de estética, escuelas de baile, etcétera.

### 7. Asesor de imagen y 'personal shopper'.

Debido a la falta de tiempo para hacer determinadas gestiones personales como ir a comprar ropa o sacar una entrada para un espectáculo, entre otras muchas cosas, una oportunidad de negocio es la de convertirse en *personal shopper*, algo así como un asistente experto en compras. Además, estos profesionales se encargan también de aconsejar al cliente qué tipo de ropa debe llevar para cada ocasión y dónde comprarla.

### 8. Centro de estética masculina.

Al igual que comienzan a aflorar gimnasios exclusivamente para mujeres, una buena idea es poner en marcha un centro de estética dirigido en exclusiva al público masculino. En él, dependiendo del tamaño de nuestro establecimiento y de la inversión que hagamos en equipos y servicios, se pueden ofrecer los diferentes tratamientos que existen en este mercado: bronceado, depilación, limpieza de cutis, manicuras y pedicuras, tratamientos corporales...

### 9. Fisioterapeuta.

Si optas por esta actividad, puedes diseñar programas de tratamiento de salud tanto para particulares como para grupos, principalmente para los trabajadores de las empresas (como pago en especies), y también para los miembros de los diferentes colectivos sociales (asociaciones e instituciones públicas y privadas).

### 10. Naturópata.

Estos servicios se pueden ofrecer en nuestra propia consulta o también como servicio complementario en gimnasios, clínicas, centros de estética y herbolarios, así como a domicilio.

### 11. Disciplinas orientales.

Técnicas como yoga, *tai-chi* o *shiatsu* se han puesto muy de moda en España. Puedes ofrecer estas técnicas a los clientes de gimnasios, centros de estética, clínicas etcétera.

## Deporte

**La gestión deportiva ha estado, hasta hace poco, prácticamen-**

**te en manos de las instituciones públicas. Debido, en unos casos, a la falta de recursos materiales y humanos o de experiencia para gestionar correctamente las actividades deportivas, se abre aquí un amplio abanico de posibilidades de autoempleo.**

### 12. Consultor deportivo.

Entre otros servicios, se pueden ofrecer los de asesoramiento a las entidades privadas y públicas encargadas de la gestión de centros deportivos, para que diseñen sus estrategias de explotación y gestión de las determinadas actividades deportivas.

### 13. Representación de deportistas.

Otra posibilidad es la de buscar nuevos talentos en distintas disciplinas deportivas para trabajar como representante. La labor principal es la de buscar y gestionar becas y patrocinadores para esos deportistas. La representación también se puede extender a entidades privadas, como centros deportivos, gimnasios, clubes, campos de golf, etcétera, para dar a conocer sus instalaciones.

### 14. Eventos deportivos.

Otra idea que está tomando fuerza en los últimos años es la organización de eventos deportivos, desde la planificación de campañas, búsqueda de profesionales y patrocinadores, hasta el marketing, la logística y la propia organización de un evento.

### 15. Actividades deportivas.

De forma paralela a la práctica de determinados deportes, especialmente los náuticos y el esquí ofrecen numerosas posibilidades de negocio. En el primer caso, se puede trabajar prestando servicios de mantenimiento de embarcaciones durante todo el año. También se pueden adquirir varios barcos para su alquiler a particulares y empresas. Otra posibilidad es la de ofertar clases de navegación. En cuanto al esquí, se puede trabajar como monitor de este deporte. También se pueden buscar acuerdos con agencias de viajes, hoteles, clubes, ayuntamientos y asociaciones privadas para organizar viajes a estaciones de esquí.

De izda. a dcha., los hermanos Javier y Santiago Vigón junto a Manuel A. Huerta.

## Gecuna

La idea de negocio siempre la he tenido en mente, ya que a mi formación académica como geógrafo y en temas de patrimonio natural, cultural y medio ambiente, se une mi afición por la montaña y la fotografía", explica Manuel Antonio Huerta.
El salto definitivo lo dió después de un periplo laboral fuera de su tierra, Asturias. "Al regresar, me planteé la posibilidad de montar un negocio con las características de lo que hoy es Gecuna", una empresa dedicada a la gestión del patrimonio cultural y al análisis territorial.
Con esa idea, Huerta contactó con Javier Vigón, compañero de un antiguo curso de medio ambiente, y con su hermano Santiago. En marzo de 2005, los tres socios invirtieron 19.600 euros: 10.000 de capital semilla de la Sociedad para la Diversificación Económica de las Comarcas Mineras y el resto de recursos propios.
La empresa, ubicada en Mieres, desarrolla planes de dinamización turística y hace estudios medioambientales, análisis paisajísticos, inventarios, catalogación y recuperación de patrimonio y estudios cartográficos y toponímicos, entre otros. También forman y divulgan el patrimonio natural y cultural en colegios, empresas y administraciones públicas y privadas.
Gecuna prevé facturar este año unos 17.000 euros.

## Formación

**El 'caso Opening', de 2002, no hizo daño sólo a la imagen de las escuelas tradicionales de idiomas, sino también a la formación de particulares en general. No obstante, paradójicamente esa crisis ha ayudado a clarificar un sector muy atomizado y escasamente regularizado. Esto ha obligado a las empresas y profesores independientes a profesionalizar su actividad y a especializarse para mejorar la calidad de sus servicios. Algunas de las oportunidades de negocio que ofrece este mercado, y que hemos seleccionado, son:**

### 16. Teleprofesor.

Ha aumentado la demanda de todo tipo de formación (clases de apoyo escolar, deporte, música, arte...), siempre que ésta sea personalizada y se adapte a las necesidades de lugar y de horario del alumno.

### 17. 'Coach'.

Después de unos años de desconocimiento y cautela por parte del mercado, el *coaching* se está convirtiendo en una 'necesidad' para los trabajadores de las empresas. Cada vez son más las compañías –y ya no sólo las grandes– que contratan estos servicios para ofrecérselos a sus empleados. Además, una nueva tendencia en este sentido es la de aplicar el *coaching* también a los particulares para que mejoren sus habilidades personales y profesionales.

## Gestión del patrimonio cultural

**Si España puede presumir de algo es de contar con un importante patrimonio histórico, artístico y cultural. Hasta hace poco, la gestión de este patrimonio ha estado prácticamente en manos públicas. La falta de personal, recursos y/o de conocimientos, así como la desidia, en otros casos, ha abierto la puerta a la creación de negocios dedicados a la gestión de nuestra riqueza histórica. Cada rincón de España (pueblo, ciudad, comarca, etc.) encierra un 'tesoro' cultural que puede gestionarse. En este sentido, se puede estudiar la riqueza cultural de nuestro entorno y analizar las posibilidades de negocio que puede ofrecernos. Para gestionar todo ese patrimonio histórico-cultural se pueden establecer acuerdos de colaboración con corporaciones locales y regionales, así como con entidades privadas que cuentan con un patrimonio histórico-documental (por ejemplo, fundaciones, bancos, asociaciones, etcétera).**

### 18. Consultor cultural.

Servicios de consultoría para asesorar en la gestión de proyectos culturales, en las posibilidades reales de explotar el turismo de una zona concreta, de su fondo documental…, así como, la organización de eventos para promocionar y potenciar la zona y su patrimonio.

## Gestión del arte

**El uso y disfrute del arte ha empezado a 'popularizarse'. Algunos posibles negocios son:**

### 19. Asesor de arte.

Se puede asesorar a empresas, instituciones y particulares sobre la calidad de su fondo artístico y la forma en la que pueden invertir en arte.

### 20. Representante.

Otra es la de hacerse representante de nuevos artistas, gestionando sus obras tanto comercializándola como exponiéndola en distintos foros.

### 21. Nuevas galerías de arte.

Importada de algunos países europeos y de EE UU, consiste en 'modernizar' la tradicional galería de arte. Se pueden exponer y vender obras de arte a la vez que los clientes escuchan música y consumen bebidas.

### 22. Librería 'alternativa'.

Las librerías tradicionales han perdido mercado debido a la entrada de las grandes superficies en esta actividad. Así, para ser competitivas, a las tiendas pequeñas les queda especializarse en temas (viajes, ficción, comic, etcétera). También se puede montar una librería con zona de cafetería en la que los clientes puedan leer, y en la que se organicen debates sobre temas de actualidad, cuentacuentos, conferencias, etcétera.

## Medio ambiente

**La entrada en vigor de nuevas leyes y el aumento de la concienciación y respeto de las empresas al medio ambiente ha contribuido a impulsar la demanda de servicios y/o productos relacionados con este tema. No obstante, para la puesta en marcha de negocios de carácter medioambiental es necesario contar, al menos, con formación especializada en diferentes ingenierías.**

### 23. Consultor ambiental.

Encargado de informar a las empresas de las obligaciones legales y de planificar, desarrollar y gestionar programas medioambientales, entre otros.

### 24. Gestión de agua.

Las posibilidades de negocio se centran en la búsqueda, transporte y mantenimiento de agua potable subterránea, en la depuración de aguas residuales y en la creación de laboratorios de análisis de su calidad.

### 25. Energías renovables.

Consultoría a empresas y a las Administraciones sobre cuál es la mejor forma de ahorrar y diseñar planes energéticos alternativos.

### 26. Gestión de residuos.

Oportunidades de negocio en la recogida, transporte y tratamiento de residuos, tanto industriales como de particulares. Algunos residuos permiten además reciclarlos para transformarlos en otros productos que después pueden comercializarse. Otro negocio es el de la recogida y reciclaje de consumibles (cartuchos de tinta, informáticos) para su posterior venta.

### 27. Control de la contaminación acústica.

Consultoría especializada en la prevención y gestión del ruido ambiental. Puede ofrecer sus servicios a aeropuertos, ayuntamientos, teatros, cines y locales de espectáculos, así

De izda. a dcha., José Luis Gutiérrez y Alberto Sanz junto al sistema Otto DG.

## Otto DG

Las restricciones en el consumo del tabaco se están implantando en el resto de Europa desde hace mas tiempo que en España. La tendencia del mercado indicaba que nuestro país, tarde o temprano, tenía que entrar por ese camino. Eso unido al proyecto de ley sobre el consumo de tabaco, que esta en fase de enmiendas en el Congreso, dio luz verde a nuestro proyecto de negocio, con potencial de mercado muy importante", señala José Luis Gutiérrez, que puso en marcha junto a su socio Alberto Sanz la empresa Otto DG.
Gutiérrez, director de proyectos para el mercado estadounidense y canadiense en una multinacional del sector ferroviario, y Sanz, en una compañía dedicada a la construcción de obras de gran envergadura, conocieron una tecnología de origen alemán, que ofrecía soluciones al problema del consumo de tabaco.
En mayo de 2005, los dos socios invirtieron 30.000 euros (el 72% de recursos propios y el resto a través de un crédito del ICO).
"Otto DG es una consultora integral en el desarrollo de áreas para fumadores, los *smoking points*, es decir, creamos zonas sin humo en los lugares donde se fuma.
De esta forma, contribuimos a la mejora del ambiente, de la imagen, de la productividad y a los beneficios de las empresas", dice Gutiérrez.
Esta consultora prevé facturar en su primer año 150.000 euros y alcanzar los 900.000 en 2006.

como a constructoras, comunidades de vecinos e inmobiliarias.

**28. Gestión de suelos.**
Consultoría especializada en la detección, recuperación y reutilización de suelos contaminados. Se pueden ofertar estos servicios a administraciones, explotaciones agrícolas y ganaderas y propietarios de terrenos.

**29. Negocios forestales.**
Creación de viveros de plantas y gestión de terrenos forestales para organizar actividades lúdicas y formativas a particulares, colegios, empresas, asociaciones, etcétera.

**30. Agricultor ecológico.**
Aunque todavía no llega a los niveles de aceptación de otros países, este tipo de explotación agrícola (basada en el respeto por el medio ambiente y en la no utilización de técnicas agrícolas agresivas y productos químicos de síntesis) está tomando cada vez mayor protagonismo en España.

**31. Explotación de especies.**
Con la reciente moratoria que prohíbe la pesca de determinadas especies, es viable crear explotaciones de acuicultura para criar alevines de doradas y lubinas, camarones, anchoas, cangrejo de río... También por el aumento de su demanda, la cría de avestruces y caracoles, entre otros.

**32. Cetrero.**
Esta actividad milenaria (adiestrar aves rapaces para la caza) es una buena oportunidad de negocio para el control de plagas de aves de forma ecológica (gaviotas, palomas…) en aeropuertos, Administraciones locales y clubes deportivos, entre otros.

**33. Salud ambiental.**
Prevención y control de la *legionella*, desinfectación, desratización, control de plagas urbanas, fumigación…, son algunos de los servicios que se pueden ofrecer a hospitales, bares y restaurantes, comunidades de vecinos, centros de oficinas, etc.

**34. Cambios normativos.**
Conviene estar muy atento a los cambios legales en el ámbito medioambiental para anticiparse al mercado. Un ejemplo es la ley antitabaco que prohíbe fumar, entre otros sitios, en las empresas. Esto permite el desarrollo de nuevas ideas de negocio en torno a esta restricción.

## Ocio y turismo

**El miedo a sufrir atentados terroristas ha retraído a los turistas españoles a buscar destinos fuera de nuestras fronteras. Esto ha beneficiado al turismo interior y ha generado nuevas formas de ocio en las que el cliente no se conforma con lo que le ofrecen sino que exige nuevos retos.**

**35. Turismo de aventura.**
Se pueden diseñar programas de viajes en torno a los deportes de riesgo (*rafting*, buceo, *kite-surf*, descenso de cañones, etc.), rutas a caballo, pesca deportiva y campos y torneos de golf y pádel, entre otros.

**36. Casa rural.**
Siempre ha sido una buena alternativa de negocio y, sobre todo, ahora que el turismo rural está en auge. No obstante, si dispones de una casa antigua y deseas rehabilitarla para utilizarla como casa rural debes informarte en tu comunidad autónoma sobre la normativa que exista al respecto sobre acondicionamiento exterior e interior de la vivienda. También puedes aprovechar las subvenciones que las distintas Administraciones locales y autonómicas ofrecen para poner en marcha una casa rural.

**37. Turismo cultural.**
Aprovechando el patrimonio cultural de tu zona de influencia, se pueden diseñar programas de turismo enfocados a disfrutar de la riqueza histórico-artística para atraer turistas: por ejemplo, rutas de castillos, rutas para visitar iglesias románicas, viajes en torno a un personaje ilustre, etc.

**38. Turismo ecológico.**
En los últimos años ha comenzado a 'popularizarse' una nueva forma de hacer turismo, que consiste en organizando rutas de viaje por la naturaleza para conocer la flora y la fauna típicas de una zona en cuestión.

**39. Enoturismo.**
Los viajes relacionados con todo lo que tiene que ver con la elaboración del vino es un nicho importante de negocio. Como ejemplos de la fuerza que está tomando este mercado: el plan de promoción del enoturismo en Valladolid, en el que trabajan conjuntamente las Administraciones locales, la Cámara de Comercio y las cuatro denominaciones de origen de la provincia. Otro ejemplo es un crucero para conocer los vinos franceses.

**40. Turismo para colectivos afines.**
Otra alternativa de negocio son los viajes pensados para aquellas personas que viven solas (solteras, separadas o viudas) y para aquellos colectivos que tienen gustos afines (como amantes de la música, asociaciones de personas con algún tipo de deficiencia, etcétera).

**41. Turismo alternativo.**
Existe un tipo de turista que no se adapta a las rutas tradicionales y que prefiere organizar sus propios viajes. Una posibilidad de negocio es poner en marcha agencias encargadas de gestionar todas las necesidades turísticas de este tipo de viajeros: reserva y compra de billetes, alojamientos, etc.

**42. 'Web' de turismo.**
Se puede crear un portal de Internet que preste servicio a las agencias de viaje, centralizando sus productos y contenidos, y sus potenciales clientes, ofreciéndoles información de ofertas, rutas, compañías, etcétera. La *web* puede ser temática (de cruceros, playa o montaña, etc.) o generalista.

## Pequeño comercio

**Apesar de la proliferación de centros comerciales y grandes superficies, el pequeño comercio tiene posibilidades de negocio.**

**43. Nuevos comercios.**
Uno de los males del pequeño comercio para ser competitivo es la falta de modernización y profesionalización de sus estructuras (comercial y humana). Teniendo en cuenta estos factores, los comercios tradicionales básicos (panaderías, fruterías, ultramarinos, etc.) tienen todavía cabida en poblaciones pequeñas y en zonas de nueva construcción.

**44. Consultor especializado.**
Se pueden ofrecer servicios de consultoría a pequeños comerciantes para que mejoren y modernicen la gestión de sus negocios.

## Prevención de riesgos laborales

**Desde que en julio de 2003 fuera aprobado el proyecto que reforma la ley sobre riesgos laborales, todas las empresas (sea cual sea su dimensión) están obligadas a implantar un plan que evalúe los posibles riesgos laborales, así como medidas preventivas.**

**45. Consultor en riesgos.**
Ante esta obligación legal, las empresas deben contar con expertos en prevención. Para ello, se debe poseer el título de técnico superior en prevención de riesgos laborales y la consultora debe estar acreditada (más información en *www.anepa.net*).

## Servicio a empresas

**Las empresas necesitan diferentes servicios complementarios que ayudan a desarrollar su actividad. Hemos destacado varios de ellos, pero las posibilidades de negocio son tantas como el número de necesidades concretas que tengan las pymes.**

**46. Centros empresariales.**
Dependiendo del número de servicios que se ofrezcan (despachos, salas de reuniones, servicio de mantenimiento, tecnología, videoconferencia, atención telefónica, limpieza, servicio de cafetería…), estos centros son negocios que requieren de fuertes inversiones para ponerlos en marcha

**De izda. a dcha., Modesto Mateos, director técnico de Ingematis, y Félix Díaz, ingeniero.**

### Ingematis

Después de la experiencia que he ido acumulando durante años como técnico de prevención de riesgos laborales en una empresa del sector y, dado que la cuenca del Nalón llevaba varios años totalmente desamparada en este tema, vi la oportunidad de crear una empresa dedicada a la prevención de riesgos en el trabajo", recuerda Modesto Mateos.
Con el apoyo de su socia Ana Fernández Suárez y con el asesoramiento del semillero de empresas de Valnalón, en Langreo (Asturias), en 2003, nacía Ingematis, un servicio ajeno y acreditado de prevención de riesgos laborales, dedicado a la coordinación de seguridad y salud en obras de construcción. Esta consultora también opera como centro formativo para la obtención del carnet de grúa móvil autopropulsada.
"La puesta en marcha de la empresa está basada en la iniciativa personal, así como para intentar demostrar una nueva prevención laboral, mucho más personalizada y más cercana a las inquietudes y problemas de los trabajadores", subraya Mateos.
Los dos socios sólo necesitaron invertir 4.000 euros de recursos propios para poner en marcha la compañía (también contaron con la ayuda de una subvención pública). "Ingematis proporciona el asesoramiento y apoyo que precisan las empresas en función de los tipos de riesgo que existen", señala Mateos. El pasado año esta consultora, ubicada en el Centro de Empresas Ciudad Tecnológica Valnalón, facturó 50.000 euros y las previsiones para este año son las de alcanzar los 72.000 euros.

**De izda. a dcha., Carla Varela, una de las trabajadoras de Turismo Iuris, y María Delgado, fundadora de esta consultora.**

### Turismo Iuris Consultora

Durante varios años, María Delgado trabajó en la asesoría jurídica de una compañía turística. "Las empresas de este sector desarrollan una actividad regulada por una normativa muy específica que, en muchos casos, plantea problemas muy concretos. En ese tiempo, comprobé que estas empresas carecían de asesores jurídicos especializados en solucionar esos problemas", explica.
Tras conocer de boca de los clientes (hoteles metropolitanos y rurales, restaurantes y agencias de viajes) sus necesidades de asesoramiento, Delgado puso en marcha, en 2004, Turismo Iuris Consultora. Para ello, invirtió 18.000 euros, gracias a una póliza de crédito.
Esta compañía ofrece a las empresas del sector turístico asesoramiento jurídico especializado en normativa alimentaria y en derecho de las nuevas tecnologías aplicadas a este mercado (protección de datos personales, dominio de páginas *web*…).
También ofrece asesoramiento especializado para la puesta en marcha de empresas del sector.
Además, para dar un servicio más amplio a sus clientes, Turismo Iuris colabora con dos letrados, uno experto en derecho laboral y otro fiscal de Nevers Abogados.
"Desde enero de 2005, restaurantes, bares, hoteles con servicio de restauración y empresas de *catering*, deben someterse a la aplicación de la normativa sobre trazabilidad (Reglamento CE 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre legislación alimentaria). Todas esas empresas son objeto de inspecciones y el incumplimiento de esta normativa conlleva importantes sanciones económicas y de tipo administrativo".
La empresa facturó el año pasado 42.000 euros y éste prevé alcanzar los 60.000 euros.

y mantenerlos. No obstante, su rentabilidad está asegurada.

**47. Telesecretariado.**
Servicios de gestión administrativa y control de llamadas para pymes.

**48. Centros de repografía.**
Ubicados en polígonos industriales o en zonas con fuerte implantación de oficinas y comercios.

**49. Empresa de mensajería.**
Se puede ofrecer como servicio complementario al de repografía o también de forma independiente.

**50. Abogado especializado.**
Con la ampliación de la Unión Europea, dos especialidades con mucho futuro son especializarse en los procesos de fusiones, *joint venture* y comercio exterior, especialmente para el mercado asiático.

**51. Comunicación y publicidad.**
Al igual que las grandes compañías –y muchas medianas– cuentan con servicios internos y/o externos de comunicación y publicidad, un mercado sin cubrir todavía es el de las pequeñas y microempresas.

**52. Aplicaciones y 'software' empresarial.**
Las empresas necesitan soluciones específicas a problemas concretos en su gestión diaria. En este sentido, se pueden diseñar aplicaciones informáticas específicas para resolver esos problemas concretos de gestión.

**53. Asistencia técnica y mantenimiento informático.**
Se puede empezar prestando servicios puntuales de asistencia técnica e informática a las empresas y acabar desarrollando sus planes de prevención y mantenimiento informático.

**54. Asesor de seguros.**
Servicios de asesoramiento y gestión de seguros para empresas y comercios de nueva creación. También se puede ofrecer este asesoramiento como apoyo a gestorías, inmobiliarias, bancos… para sus clientes.

**55. Asesor fiscal de pymes.**
Estos profesionales son vitales para mantener con éxito la viabilidad de una empresa. El colectivo de pequeñas y microempresas está muy necesitado de este tipo de profesionales.

**56. Auditor.**
Según la ley, las empresas están obligadas a contratar a este profesional cuando durante dos años seguidos superen dos de los tres límites siguientes: el número medio de trabajadores durante el ejercicio es superior a 50, facturación superior a 4,74 millones de euros e importe total de las partidas del activo superior a 2,37 millones de euros. Para ser auditor hay que estar inscrito en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas y es una actividad controlada por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, dependiente del Ministerio de Economía (*www.icac.mineco.es*).

**57. Representante comercial.**
Muchas empresas del sector del mueble, la alimentación y el automóvil, entre otras, demandan los servicios de un representante comercial especializado en su gama de productos.

**58. Comerciales.**
Se pueden ofrecer de forma individual servicios comerciales para ayudar al departamento interno de una empresa o crear fuerzas de ventas externas para empresas en general.

**59. Consultor para la Administración.**
Especializado en la búsqueda de la eficiencia de los servicios de la Administración. Oportunidades de negocio en ayuntamientos y en entidades locales y comarcales.

**60. Consultor en mercado exterior.**
Especializado en buscar socios y colaboradores para la expansión en nuevos mercados, por ejemplo, China.

**61. Consultor en mercados tradicionales.**
Especializado en mercados con poca tradición de consultoría como el de la automoción, el de la industria química y la distribución, entre otros.

**62. Consultor en 'eficiencia'.**
Profesional especializado en crear valor en las empresas.

**63. Consultor para microempresas.**
Especializado en el diseño de planes de gestión y rentabilidad para microempresas y autónomos.

**64. Consultor 'antiestrés'.**
Existen muchas dificultades dentro de la propia organización empresarial a la hora de conciliar de forma viable la vida laboral y personal de sus trabajadores. Una posibilidad de negocio es la de especializarse en el diseño de planes de conciliación.

**65. Consultor de incentivos.**
Especializado en planificar programas que incentiven a los equipos de trabajo de las empresas.

**66. Consultor de 'marca'.**
Especializado en la creación de la identidad corporativa y en la estrategia de marketing.

**67. Consultor en RSC.**
La responsabilidad social corporativa (RSC) es una actividad que está muy en auge en los últimos años en España y para la que las empresas necesitan contar con expertos que desarrollen planes específicos en RSC.

**68. Consultor en seguridad tecnológica.**
Especializado en protección de datos y en seguridad y vigilancia tecnológica de las empresas.

**69. Consultor de telecomunicaciones.**
Especializado en elaborar planes de abaratamiento de los gastos de telefonía que pagan las empresas, tanto en comunicación fija como móvil.

**70. Gestión de eventos.**
Organización y gestión de todo tipo de eventos para empresas.

**71. Servicios financieros.**
Experto en la búsqueda de financiación pública y privada para empresas.

**72. Gestión de impagados.**
Uno de los principales problemas de las pymes es la lucha contra sus clientes morosos. Se pueden prestar servicios para prevenir impagados, así como la gestión del cobro.

**73. Publicidad 'on line'.**
Puedes montar una agencia especializada en situar a sus empresas cliente en los primeros puestos de los buscadores de Internet, así como en campañas publicitarias en la Red.

**74. Selección y formación de personal.**
Incluye desde la búsqueda y selección de profesionales y directivos para empresas hasta su formación.

**75. Gestión de información 'sensible'.**
Profesionales especializado en la búsqueda y gestión de información 'sensible' de las empresas y sus mercados para que sean competitivas.

**76. Recolocación de expatriados.**
Prestar servicios de asesoramiento en temas fiscales, legales, financieros, logísticos, formativos, culturales y sociales de aquellos profesionales –y sus familiares– que vienen a trabajar a empresas españolas.

**77. Traductor.**
Prestación de servicios de traducción de documentos a diferentes idiomas, así como los de intérprete.

**78. Servicio de transporte.**
Servicios de alquiler de coches con chofer y de aviones privados para directivos de empresas.

**79. Edición de revistas para empresas y entidades.**
Muchas empresas –principalmente las más grandes–, así como las entidades privadas (fundaciones, cajas de ahorro, ayuntamientos, etc.) editan sus propios boletines de información interna. Una posibilidad de negocio es la de encargarse de la edición completa tanto de los boletines internos como de las publicaciones externas.

## China Global Services

Después de finalizar mis estudios de Administración y Dirección de Empresas en España, en 1998 cursé un postgrado de especialización en Marketing y Comercialización en la Universidad de Macao, lo que me permitió conocer China. Luego regresé a España y en 2002 volví a China de la mano del Instituto Madrileño de Desarrollo y de la Confederación de Empresarios Independiente de Madrid, que ese año abrían su programa de formación de técnicos en comercio exterior. Al finalizar el programa, tenía claro que quería quedarme en China", recuerda Álvaro Alamillo. Le propusieron entrar en una sociedad para comercializar bisutería y complementos de moda femenina, comprando productos en China y vendiéndolos en Europa. "Habíamos realizado algunas operaciones con compradores en España y en Rusia, cuando propuse a mis socios abrir nuevos sectores y servicios". Y así fue como, en marzo de 2004, Alamillo –con unos 25.000 euros de inversión– creó China Global Services (CGS), especializada en el asesoramiento y gestión de proyectos en China. "Trabajamos con pequeñas y medianas empresas, ayudándolas a evitar errores de entrada, así como a contar con nuestra red de contactos y recursos", explica. También presta servicios a colectivos empresariales. CGS facturó 25.000 euros en 2004 y este año prevé alcanzar los 75.000 euros.

**Álvaro Alamillo (en su despacho de Shanghai), fundador de China Global Services, se ha convertido en un experto del mercado chino.**

**Pablo Arranz fundó, en enero de 2001, la empresa Ditelfun Easy Comunications.**

## Ditelfun Easy Comunications

Al liberalizarse el mercado de las telecomunicaciones, la oferta de operadores se disparó. Vi la necesidad de dar un servicio al cliente que le permitiera tener la seguridad de que sus costes eran los mejores sin tener que comparar las miles de ofertas que le llegan a diario. Con un servicio así, el cliente sabe que tiene optimizadas sus comunicaciones, que le va a atender alguien que conoce su empresa y que ante cualquier necesidad va a tener un único interlocutor. Ahí estaba la oportunidad de negocio", asegura Pablo Arranz, único administrador de Ditelfun Easy Comunications, una consultora de telecomunicaciones orientada en conseguir abaratar al máximo los costes de telefonía fija y móvil de las empresas.
En enero de 2001 invierte 12.000 euros de recursos propios, "aunque luego he contado con financiación bancaria para la evolución y crecimiento de la compañía. También he contado con la asesoría de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Pozuelo, en Madrid, que me ha ayudado tanto en la obtención de información financiera como en la labor de captación de clientes", explica Arranz.
Ditelfun, que cuenta con 8 empleados, además de 7 empresas colaboradoras, facturó 400.000 euros en 2004 y este año prevé alcanzar el millón de euros.
"Hacemos un estudio gratuito de la situación del cliente, destinos a los que llama, costes que le cobran, etc, y en función de ese estudio, le ofrecemos el patrón de precios que hace que sus costes se minimicen. Tenemos acuerdos comerciales con los principales operadores para conseguir minutos más baratos. Además, nos convertimos en su asesor de telecomunicaciones, encargándonos de todas las gestiones: reclamaciones, renovación de terminales, etc.".

**80. Fotógrafo profesional.**
Además de los servicios que pueda realizar para particulares, un mercado muy atractivo es el de la fotografía comercial para empresas.

**81. Para dormir la siesta.**
Aunque es una tradición típicamente española, es en otros países donde más proliferan negocios que ofrecen al personal de las empresas la posibilidad de dormir la siesta durante periodos cortos de tiempo antes de reincorporarse al puesto de trabajo después de comer.

**82. Dejar de fumar.**
La prohibición de fumar en lugares públicos y en empresas, entre otros, ha potenciado la demanda por parte de los trabajadores de servicios sociosanitarios que ayuden a dejar de fumar. Otra demanda es la habilitar áreas libres de humo. Según el proyecto de ley, se podrán crear estos espacios en centros de atención social; establecimientos penitenciarios; hoteles y locales análogos; salas de fiesta o de uso público; bares, restaurantes y demás establecimientos de restauración cerrados con una superficie útil destinada a clientes igual o superior a 100 m²; teatros, cines y otros espectáculos que se realicen en espacios cerrados, y en estaciones de autobuses, trenes, puertos y aeropuertos.

## Servicios a personas

**Los hábitos de consumo y de comportamiento de la sociedad han cambiado en los últimos años y existen numerosas actividades que los particulares han dejado en manos de las empresas.**

**83. 'Chef' a domicilio.**
La incorporación de la mujer al mercado laboral, el aumento de familias monoparentales y los horarios laborales han incrementado la demanda de servicios de comida a domicilio tanto de aquellos que llevan la comida a casa como aquellos otros donde son los propios cocineros los que cocinan en el domicilio del cliente.

**84. Negocios para impares.**
Al igual que en página anteriores destacábamos la posibilidad de poner en marcha una agencia de viajes especializada en rutas para impares (personas que viven solas), se pueden montar otros negocios que den respuesta a necesidades concretas de este grupo social. Por ejemplo, clases de restauración, servicio de limpieza y mantenimiento de hogar, e incluso, un servicio de 'canguros' ya que existen muchas núcleos familiares monoparentales.

**85. Centros infantiles.**
El aumento de la natalidad y los cambios en la estructura familiar tradicional ha generado un aumento de la demanda de nuevas guarderías tanto en núcleos urbanos (especialmente, en zonas de nueva construcción) como en lugares próximos a las áreas de trabajo (polígonos industriales, despachos de oficinas, etc.).

**86. Servicios de lavandería.**
Este tipo de servicios se pueden ubicar en zonas de nueva construcción donde la mayoría de los propietarios de los pisos son jóvenes. También se puede contar, como servicio complementario, con un centro de planchado y que permita la recogida y la entrega a domicilio.

**87. Asistencia a personas dependientes.**
Es uno de los servicios con más proyección de futuro debido al aumento del número de personas mayores que se prevé en las próximas décadas. Este tipo de servicios se centra también en el apoyo a las familias de las personas dependientes (mayores, enfermos y niños). Se pueden buscar acuerdos con ayuntamientos e instituciones privadas para prestar estos servicios sociosanitarios a sus asociados.

**88. Asesor patrimonial.**
Existe una demanda creciente por parte de los particulares de contar con el asesoramiento de un profesional especializado en rentabilizar el patrimonio familiar, es decir, control de ahorro e inversión.

### Gestazion Comunicación

La puesta en marcha de nuestra empresas fue por autoempleo y porque después de nuestra experiencia en otras agencias –como directores creativos– nos dimos cuentas de que el nuevo mercado *on line* nos brindaba una oportunidad para competir por cuentas de clientes que para las grandes agencias *off line* no suponían un buen negocio, y porque queríamos hacer las cosas de forma diferente, con un servicio más personalizado y con un alto nivel creativo, puesto que en en medios *on line* y multimedia se sustituye la creatividad por la tecnología, y esto es un grave error", subraya Marcos Blanco que, junto a su socio Ramiro Sueiro, fundó en febrero de 2002 la agencia Gestazion, especializada en servicios creativos de *e-marketing*: publicidad y promoción *on line*, marketing en *web* y correo electrónico, diseño *web*, multimedia, etc.
Los dos socios invirtieron 13.000 euros de recursos propios, que destinaron a la constitución de la sociedad y a la compra de diverso material y ordenadores, entre otras cosas. Para Blanco y Sueiro, profesores también en diferentes centros de arte, la creatividad vende y logra objetivos medibles. "Por nuestra experiencia en agencias *off line* y *on line*, los datos muestran que la inversión en medios *on line* crece cada año en mayor medida que en os medios *off line*", señala Blanco. Esta compañía de Madrid, que cuenta con 9 empleados más 3 *freelance*, facturó 230.000 euros en 2004 y para este año prevé llegar a 500.000 euros. "Según nuestras previsiones, para 2006 superaremos el millón de euros", sostiene este experto en marketing electrónico.

**De izda. a dcha., Marcos Blanco y Ramiro Sueiro, socios fundadores de esta empresa de servicios creativos de 'e-marketing'.**

**89. Experto vitivinícola.**
Todo lo relacionado con el mundo del vino tiene una gran demanda de mercado. En este sentido, se pueden organizar cursos enológicos para empresas y particulares. También se puede asesorar sobre cómo disponer de una buena bodega de vinos en casa para uso particular.

**90. Educadores sociales.**
Se pueden ofrecer servicios como mediadores sociales para resolver conflictos familiares y sociolaborales y también de reinserción social de personas marginadas.

**91. Importador de productos para inmigrantes.**
Cada vez es mayor el número de inmigrantes que viven y trabajan en España. Para atender a sus necesidades se pueden poner en marcha negocios relacionados con la importación y venta de productos de sus respectivos países (alimentación, ropa, música, etcétera).

**92. Asistencia sanitaria.**
El actual ritmo de vida ha hecho crecer el número de personas con problemas psicológicos y de integración social, y las previsiones para los próximos años alertan de una tendencia a la alta. Esto unido al aumento del número de personas que deciden suscribir seguros médicos privados, abren enormes posibilidades de negocio respecto a la puesta en marcha de clínicas y consultas especializadas para atender esta demanda creciente. Otra oportunidad de negocio es la de desarrollar teleconsultas médicas a través de Internet.

**93. Servicios para coches.**
Tienen muchas posibilidades de éxito todas aquellas actividades relacionadas con el cuidado y el mantenimiento de los vehículos (reparaciones, limpieza interior y exterior, cambio de lunas, etc.), y especialmente, los servicios que se realicen a domicilio o en el lugar que indique el cliente.

**94. Creativos.**
Existe un amplio abanico de servicios como diseñador de productos para regalo, organizador de bodas y todo tipo de fiestas privadas…

**95. Diseñador de joyas.**
Esta actividad no requiere contar con grandes espacios, ya que se puede hacer desde casa. Sólo hay que contar con las herramientas necesarias para diseñar, bien de forma manual o por ordenador.

**96. Adiestrador de perros.**
La Ley 50/1999, que regula la tenencia de animales potencialmente peligrosos ha contribuido a incrementar la demanda de adiestradores de perros, no ya sólo para los calificados como 'peligrosos' sino para el resto de razas. Aunque es una actividad no reglada, es conveniente contar con alguno de los títulos de adiestrador que otorgan las principales asociaciones caninas de España. Este tipo de servicios se puede ofrecer a particulares, a clubes de criadores de perros, a residencias caninas, a clínicas veterinarias, a fundaciones, etcétera.

**97. Peluquería canina.**
Este servicio se puede realizar en el domicilio del dueño del animal. También se puede ofrecer como servicio complementario en clínicas y tiendas de animales o montando un negocio propio de peluquería canina.

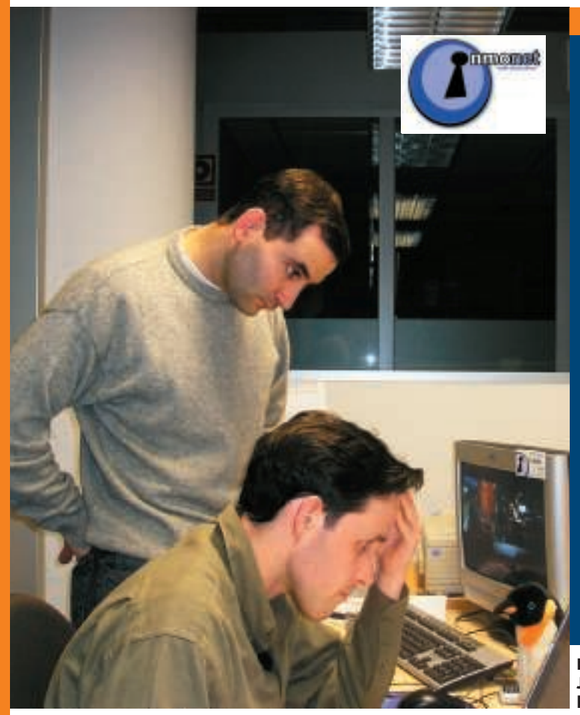
**98. Escuela de baile.**
Una posibilidad es montar una escuela de bailes de salón y otra es la de ofrecerse como profesor de baile en asociaciones socioculturales, en ayuntamientos, etcétera.

**99. Artista.**
Músico, bailarín, cantante, actor…, para salas de fiestas, parques de ocio,

### Artificio

Empecé trabajando en una empresa en la que nos dedicábamos a fabricar figuritas de animales y actores de cine caricaturizados, que vendíamos en ferias de artesanía y tiendas de regalo. Por falta de negocio, cerró. Después de esto, una empresa contactó conmigo para que le fabricase la mascota de su logotipo. Tras eso, realicé un estudio de mercado y vi que prácticamente nadie se dedicaba a ello y emprendí solo la idea", recuerda José Antonio Navarro.
En junio de 2000 invirtió 3.000 euros en la creación de Artificio, dedicada a la fabricación de objetos publicitarios 'a medida' fabricados con diversos materiales.
"Actualmente, existen empresas de material publicitario personalizado que ofrecen al cliente, mediante serigrafía, productos de un catálogo, es decir, las ideas se ciñen a lo que tiene el proveedor y no a lo que quiere el cliente. Lo que nosotros podemos ofrecer a nuestro cliente es la posibilidad de materializar la idea en tres dimensiones y convertirlo en un objeto que impacte a la mente del consumidor sea cual sea la idea, siempre asesorando al cliente en cuanto a la posibilidad de acabados y también a los distintos materiales en los que se pueden elaborar el producto".
Artificio crea y fabrica piezas como pisapapeles, trofeos, expositores, etc., a partir de una idea, boceto o dibujo, con el fin de cubrir acciones de marketing, campañas de comunicación, etc. Entre sus clientes están Securitas, Peugeot, Solan de Cabras, Yamaha, Toshiba, Contrapunto y Grupo Bassat, entre otros.
"El principal problema fue la financiación, ya que por desgracia nadie creyó en mi idea y me autofinancié, reinvirtiendo todo el dinero que facturaba", recuerda.
En su primer año, Artificio facturó 6.000 euros, y el año pasado alcanzó los 580.000 euros. Para 2005, prevé facturar los 800.000 euros.

**José Antonio Navarro fundó, en junio de 2000, la empresa Artificio, dedicada a a la fabricación de objetos publicitarios a medida con diversos materiales.**



Francisco Javier Sánchez-Ostiz (de pie) y Javier Ábrego (sentado) son los responsables de Inmonet.net.

## Inmonet.net

La puesta en marcha de nuestra empresa se debe a que hemos aprovechado la oportunidad de negocio que nos brindaba el aplicar nuestros conocimientos informáticos al sector inmobiliario y a la ilusión de crear nuestra propia empresa y gestionar nuestros propios recursos", reconocen Javier Ábrego y Francisco Javier Sánchez-Ostiz. Después de trabajar durante un año en Estados Unidos, Ábrego aprendió el método utilizado allí para hacer publicidad inmobiliaria y cómo aplicaban las nuevas tecnologías a ese sector inmobiliario.
"Desde ese punto de partida preparamos el proyecto durante un año, creamos los componentes, las aplicaciones necesarias para empezar el negocio y el plan de empresa". A principios de este año, reúnen 7.800 euros de recursos propios (también gracias a un préstamo subvencionado) y ponen en marcha en Pamplona Inmonet.net, dedicado a la publicidad inmobiliaria y a la aplicación de tecnologías a este sector.
"No sólo buscamos tener un portal inmobiliario visitado sino hacer llegar esa información a todos los rincones mediante el uso de nuevas tecnologías. Por ejemplo, una inmobiliaria decide anunciar su inmueble a través de nuestra empresa y se pone en contacto con nosotros. Uno de nuestros fotógrafos se traslada al inmueble y realiza las fotos y rellena la ficha de inmueble. Mediante distintos sistemas y programas Inmonet hace un recorrido virtual por el interior de la vivienda o local ofertado. Una vez realizado este reportaje se publica directamente en nuestra *web* y en el futuro en los terminales que vamos a instalar en determinados centros comerciales".
La previsión de facturación para el primer ejercicio de Inmonet.net es de 52.000 euros.

eventos privados, fiestas de empresa…, son servicios cada vez más demandados.

## Servicios para la vivienda

**Como hemos señalado en otros sectores, la mejora en la calidad de vida, el cambio de hábito y el aumento del número de mujeres que entran en el mercado laboral permite la aparición de negocios que satisfagan las necesidades de los particulares para sus casas.**

### 100. Asistencia a domicilio.

Aquí se pueden incluir todas aquellas actividades relacionados con el servicio doméstico, como limpieza de hogares, cuidado de niños y de personas mayores o con algún tipo de discapacidad física y/o psíquica, etc.

### 101. Reformas y mantenimiento.

Una buena oportunidad de negocio es la 'profesionalización' de la labor de los tradicionales 'manitas' a domicilio, tanto en obras y reformas como en asistencia técnica.

### 102. Diseño y decoración.

Se puede crear un estudio de diseño y decoración interior. Esos servicios se pueden ofrecer también a tiendas de muebles y centros de oficinas. Te puedes especializar en *feng shui*, es decir, buscar la armonía del hogar.

### 103. Nueva construcción.

El aumento de las familias monoparentales y del precio de la vivienda están impulsando la necesidad de diseñar y construir casas monoparentales y de dimensión reducida.

### 104. Servicios para propietarios extranjeros.

Atraídos por el clima, muchos turistas extranjeros deciden buscar en España una segunda residencia, en la que pasan gran parte del año. Se les puede prestar servicios de mantenimiento de sus casas mientras no están en España. También servicios de asesoramiento fiscal y legal.

### 105. Rehabilitación de casas antiguas.

Prácticamente todas las ciudades cuentan con un amplio número de casas antiguas cerradas. La rehabilitación de esos edificios para nuevos usos abre nuevas líneas de negocios para los estudios de arquitectura

### 106. Administración de fincas y servicios a comunidades.

Para convertirse en administrador de fincas es necesario estar colegiado en el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas (*www.cgcafe.org*). A pesar de este requisito, es una buena opción de negocio –sobre todo en zonas de segunda residencia– ya que se pueden aumentar los ingresos diversificando hacia la gestión de centros comerciales, edificios de oficinas, etc.

### 107. Domótica.

Sin duda alguna, está considerado como uno de los negocios con más proyección de futuro. Dentro de las posibilidades de negocio de este mercado, destaca el diseño de aplicaciones y servicios relacionados con las viviendas y oficinas 'inteligentes' como climatización, control de iluminación, sistemas de riego, vigilancia, etc. Otra posibilidad es centrarse en la venta de sistemas domóticos.

### 108. Gestión de jardines.

Comunidades de vecinos, piscinas, ayuntamientos son los principales clientes de un negocio dedicado al mantenimiento y conservación de zonas ajardinadas.

### 109. Consultoría en ingeniería.

Se trata de servicios especializados en el diseño de proyectos urbanísticos e inmobiliarios, así como en la planificación de zonas industriales y en obras de ingeniería civil, entre otras actividades. Entre sus clientes pueden estar corporaciones locales, consorcios industriales, grandes compañías, etcétera.

### 110. Tasador de viviendas.

Esta puede ser una buena salida para arquitectos técnicos y para profesionales relacionados con el mundo de la construcción. Su negocio está asegurado gracias al buen momento que atraviesa el sector inmobiliario.

## Tecnología

**Sector con enormes posibilidades de negocio, ya que podemos especializarnos en desarrollar proyectos para usuarios de nuevas tecnologías y/o en proveer de aplicaciones a las empresas y agentes que operan en este mercado.**

### 111. Negocios tecnológicos.

Existen enormes posibilidades para todos aquellos negocios que aprovechen las redes de acceso de banda ancha y aporten valor añadido: como el acceso a Internet sin hilos u ofrecer servicios de voz sobre ADSL, por ejemplo.

### 112. Audiovisual.

Es un mercado muy amplio en el que cabe desde poner en marcha una pequeña productora de televisión hasta el desarrollo de herramientas audiovisuales para empresas del sector.

### 113. Contenidos para móviles.

Se puede decir que las posibilidades de desarrollar aplicaciones para el mercado de la telefonía móvil están todavía en 'pañales'. Las opciones son tantas como podamos imaginar. Un ejemplo es la gestión de contenidos para móviles; otra es el diseño y desarrollo de comunicación creativa para multiplataformas. Éstas son sólo dos ideas, porque el mercado está, por ahora, totalmente abierto.

## 'Vending'

**En los dos últimos años el negocio de la venta automática a través de máquinas expendedoras ha experimentado un importante crecimiento. Según los expertos, eso ha sido así debido a la reducida inversión inicial que requiere este tipo de negocios, al bajo coste de mantenimiento de las máquinas y al mínimo coste de personal. Las previsiones de crecimiento de esta actividad son muy alentadoras.**

### 114. Venta automática.

Los expertos consideran que el alquiler de vídeos dejará paso en los próximos años al *vending* de productos de restauración, de aseo corporal y prensa, entre otros.

## ¿Y la franquicia?

**Aunque la franquicia tiene entidad propia como fórmula de negocio de éxito –y a la que EMPRENDEDORES dedica reportajes mensuales además de su ya tradicional *Especial Franquicias*– queremos destacar sólo una pequeña muestra de las numerosas redes de franquicia en las que se puede emprender como autoempleado.**

### 115. Cosas de Casa.

Entre un 80% y un 85% de los franquiciados de esta enseña, especializada en decoración, complementos y menaje para el hogar, se han integrado en esta red empresarial por autoempleo. Para entrar a formar parte de esta cadena se requiere una inversión de unos 86.000 euros más IVA para un local de unos 150 m².

### 116. MC Inmobiliaria.

El 80% de sus franquiciados los son por autoempleo. Para ser franquiciado de esta cadena inmobiliaria es necesario invertir unos 31.000 euros.

### 117. Charanga.

Uno de los requisitos para entrar en esta enseña, dedicada a la confección y venta de moda infantil y juvenil, es dedicarse cien por cien a la

Mikel Meoki, uno de los socios de BlueXare, junto a Susana Heras, una de las colaboradoras de esta compañía tecnológica.

## BlueXare

La idea de negocio surgió y maduró a lo largo de los últimos seis meses del año pasado, cuando Mikel Meoki estaba realizando el proyecto de fin de carrera de ingeniería superior de telecomunicaciones y 'descubrió' la tecnología *bluetooth* y el lenguaje de programación *Java*. En la unión de estos dos conceptos, surgió BlueXare.
Meoki y su socio Eneko Nieto –ingeniero técnico informático– junto a Simón Santesteban, David Pro y Susana Heras, han desarrollado un pequeño dispositivo que ofrece contenidos a los teléfonos móviles mediante la tecnología *bluetooth*. "Este pequeño dispositivo sólo necesita una fuente de alimentación y funciona de forma autónoma. De esta forma, los usuarios finales disfrutan de contenidos para móviles de forma gratuita. Para los clientes que quieren que sus contenidos se difundan lo máximo posible, también ofertamos la descarga de contenidos por la vía clásica de los SMS de pago. Además, realizamos contenidos *Java* para móviles de forma personalizada y usamos *software* libre", explica Meoki.
Aunque BlueXare, que es como se llama esta empresa de Pamplona, está en proceso de creación, los dos socios piensan hacer una sociedad limitada.
"Funcionamos de forma sostenible, sin créditos, estamos esperando tener un pequeño volumen de facturación para costearnos todos los gastos. Hemos ido invirtiendo de forma progresiva unos 6.000 euros y prevemos facturar a finales de este año unos 40.000 euros", señala Meoki.

**Según CEIN, La creatividad, la seguridad y los negocios destinados a formentar las relaciones personales abren un amplio abanico de oportunidades de emprender.**

## Otras oportunidades de negocio emergentes

El Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (*www.cein.es*) ha identificado diversos sectores o actividades emergentes con un gran potencial de futuro. De ellas, destacamos algunas por su originalidad y proyección competitiva.

**•Clubes de ocio.**
La inmigración, los cambios en la estructura familiar y en las formas de comunicación, entre otros factores, contribuyen a la aparición de servicios destinados fomentar las relaciones personales: desde aquellos que pretenden evitar el aislamiento social a los que crean relaciones con terceros como los clubes de ocio o los de integración social de colectivos más desfavorecidos de la sociedad.

**•Redes empresariales.**
Las empresas ya no son entes aislados que operan en un mercado independiente, sino que la globalización ha generado una nueva cultura que percibe a los diferentes agentes empresariales como posibles colaboradores más que como competidores. Por este motivo, se debe potenciar la creación de redes de empresas o de profesionales que ayuden en el ahorro de costes, intercambio de conocimientos, etc., así como negocios que den soporte a estas nuevas redes.

**•Sistemas de información.**
Hasta ahora acceder a la información permitía a las empresas tener ventajas competitivas. Hoy en día, existe mucha información al alcance de la mayoría, por lo que, lo anterior ha dejado de ser una ventaja. Ahora la diferencia está en poseer conocimientos, porque tenerlos supone disponer de la información adecuada en el soporte adecuado al alcance de las personas adecuadas y en el momento adecuado para poder tomar las decisiones oportunas.

**•Creatividad.**
China quiere formar más de 20.000 nuevos creativos y programadores de videojuegos que le reportarán en 2009 más de 1.320 millones de dólares de beneficios. Este dato da una idea del potencial que pueden representar los creativos para la competitividad de las empresas.

**•Servicios 'VIP'.**
Aumenta la demanda de productos y servicios exclusivos.

**•Servicios para emprender.**
Son muchos los problemas a los que se enfrentan los emprendedores. Una oportunidad de negocio es la de desarrollar soluciones, no habituales en el mercado, adaptadas a sus necesidades diarias: microfinanciación, planes de marketing, estudios de mercado, asesoramiento jurídico-fiscal, búsqueda de clientes, etc.

**•Ecodiseño.**
Es el diseño de productos industriales donde el factor medioambiental, junto a la innovación y a la reducción de costes, son parte importante de su desarrollo.

**•Gestión de la seguridad.**
Además de los negocios que hemos destacado relacionados con la prevención de riesgos laborales, ha aumentado también la demanda de productos y servicios dirigidos a satisfacer todas las necesidades de seguridad, tanto personal como colectiva y de empresa.

gestión del negocio. La inversión requerida es de unos 970 euros/m².

### 118. Beep.

El perfil del futuro franquiciado de esta red, especializada en la venta de productos informáticos y en asesoría para empresas, es la de personas emprendedoras y apasionadas por las tecnologías domésticas con dotes comerciales y que busquen una total implicación con el negocio. La inversión necesaria para entrar en esta cadena es de unos 38.000 euros.

### 119. AB Club del Viaje.

Una de las características de esta cadena de agencias de viajes es la de hacer de sus franquiciados "verdaderos empresarios independientes y no empleados de sucursal". Buscan personas con perfil comercial y con capacidad de gestión. No es necesario que tenga experiencia en el sector turístico, ya que la central se encarga de la formación. La inversión es de unos 17.000 euros.

### 120. La Tienda del Abuelo.

Esta cadena de franquicias, dedicada a la comercialización de artículos y servicios para mejorar la calidad de vida de las personas mayores, busca profesionales con experiencia en el sector socio-sanitario y que se dediquen plenamente a la gestión del negocio. La inversión para entrar en esta enseña es de 72.000 euros.

## Más información

**Emprendedores** agradece la colaboración de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios y de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid para la elaboración de este dossier.

*CEAJE*
www.ceaje.es

*AJE Madrid*
www.ajemad.es

*Artificio*
www.artificionet.com

*BlueXare*
www.bluexare.com

*China Global Services*
www.chinaglobal services.com

*Ditelfun Easy Comunications*
www.ditelfun.com

*Gecuna, Geografía, Cultura y Naturaleza*
www.gecuna.com

*Gestazion Comunicación*
www.gestazion.com

*Ingematis*
www.ingematis.com

*Inmonet.net Vivienda en Navarra*
www.inmonet.net

*Lenaf, Gestión de Servicios Deportivos*
www.lenaf.com

*Otto DG, 'Smoking Points'*
www.ottodg.com

*Prosum Imagen y Comunicación*
www.prosum.es

*Turismo Iuris Consultora*
www.turismo-iuris.com