SECRETOS PARA EMPRENDER

JOSÉ MARÍA PRIETO PASTOR
CON...
MANUEL MONTERRUBIO

Cómo facturar más de un millón de euros al año, antes de los 30.

WANCEULEN Editorial

SECRETOS PARA EMPRENDER

JOSÉ MARÍA PRIETO PASTOR CON... MANUEL MONTERRUBIO

Cómo facturar más de un millón de euros al año, antes de los 30

JOSÉ MARÍA PRIETO PASTOR

Con más de 20 años de experiencia impulsando a personas en el desarrollo de sus proyectos a través de un acompañamiento cercano y mentorización, ha sido un pilar fundamental para emprendedores en las provincias de Cádiz y Sevilla. Desde 2018, se ha especializado en jóvenes emprendedores universitarios como responsable técnico del Centro Andaluz de Emprendimiento de la Universidad Pablo de Olavide. Es Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas y Licenciado en Derecho. Es profesor de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social en la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. Ha impartido numerosas charlas sobre emprendimiento en instituciones académicas como las Universidades de Cádiz, Sevilla, Pablo de Olavide, UNIA y Loyola Andalucía, así como en centros educativos y empresariales. Su labor en Andalucía Emprende le ha permitido gestionar y guiar cientos de proyectos de negocio en sus fases más tempranas. Comprometido con el ecosistema emprendedor, participa activamente en eventos de inversión, tecnología y startups en toda España, apoyando los proyectos más innovadores liderados por jóvenes. Su día a día consiste en inspirar y conectar a emprendedores con los principales actores del mundo empresarial. Su misión es clara: ayudar.

MANUEL MONTERRUBIO

Manuel Monterrubio es un emprendedor apasionado con una trayectoria marcada por la innovación y la creación de valor desde temprana edad. A los 19 años fundó Pacerin, un creador de Amazon Native Brands, que alcanzó cifras de facturación elevadas y tras 4 años de andadura fue adquirido por la empresa familiar Frigicoll, partner oficial de MIDEA Group en España. Su enfoque siempre ha estado en desarrollar soluciones que faciliten la vida de las personas a escala global, combinando tecnología y visión empresarial. Con un fuerte entusiasmo por la tecnología, Manuel sigue explorando nuevas oportunidades para impactar positivamente a través del emprendimiento.

Secretos para emprender *es una colección de libros donde José María Prieto nos ofrece un retrato detallado del perfil del joven emprendedor en Andalucía. Con un formato original, sencillo y claro se exponen las claves y secretos esenciales para iniciarse en el emprendimiento. Todo ello basado en una serie de entrevistas a jóvenes emprendedores con talento y un impacto significativo. Se trata de personas que, antes de los 30 años, han lanzado exitosos negocios tecnológicos, alcanzando una facturación mínima de un millón de euros. A lo largo de las entrevistas, se abordarán temas como modelos de negocio, visión, entorno, clientes, así como su formación, familia, y los principales logros y desafíos que han enfrentado en su camino.*

WANCEULEN Editorial

SECRETOS PARA EMPRENDER

JOSÉ MARÍA PRIETO PASTOR
CON...
MANUEL MONTERRUBIO

Cómo facturar más de un millón de euros al año, antes de los 30

WANCEULEN Editorial

©Copyright: Los autores
©Copyright: De la presente Edición, Año 2024 WANCEULEN EDITORIAL

Título: SECRETOS PARA EMPRENDER. Como facturar más de un millón de euros al año antes de los 30 con Manuel Monterrubio

Autor: José María Prieto Pastor y Manuel Monterrubio

Editorial: WANCEULEN EDITORIAL

ISBN (Papel): 978-84-10480-09-4

ISBN (Ebook): 978-84-10480-10-0

DEPÓSITO LEGAL: SE 2653-2024

Impresión bajo demanda WANCEULEN S.L.

www.wanceuleneditorial.com y www.wanceulen.com

info@wanceuleneditorial.com

Reservados todos los derechos. Queda prohibido reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información y transmitir parte alguna de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado (electrónico, mecánico, fotocopia, impresión, grabación, etc.), sin el permiso de los titulares de los derechos de propiedad intelectual. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

¿POR QUE SURGIÓ ESTE LIBRO?

Tempus fugit, pasan los años y uno casi no se da cuenta, pero son más de veinte años escuchando ideas de negocio de personas con inquietudes y ganas de llevar a cabo su sueño. En los últimos años y concretamente desde abril de 2018, trabajo de forma continuada y a tiempo completo en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla en la capital del sur de España dentro de Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, para asesorar desde el Centro Andaluz de Emprendimiento (CADE UPO) a un colectivo específico: los jóvenes universitarios que quieren emprender. Además del asesoramiento son las funciones de capacitación, creación de empresas, puesta en valor de los proyectos, inspirarles y conectarles, así como fomento de la cultura emprendedora es mi día a día y que me ha hecho conocer el perfil de estas personas de forma mucho más concreta. Suelo decir que mis tres palabras clave son inspirar, conectar y aprender y que se reducen en una única palabra que es ayudar, y es que a eso me dedico a ayudar a este grupo de jóvenes emprendedores

siempre apoyándome de mis compañeros de los CADE´s (Marilut, Ángel, Esperanza...), del área de empleabilidad y emprendimiento de la Fundación Pablo de Olavide (Charo, Lourdes, Javier, Cristina...) y de todo el ecosistema emprendedor de Sevilla que desde unos años se agrupa bajo la denominación de SVQ Emprende (Francisco, Marta, Nuria...).

Antes de esa fecha mencionada de 2018 que es cuando se inaugura el primer CADE universitario de Andalucía con espacio de coworking, tras el tesón entre otras personas del que fuera Vicerrector de Emprendimiento el profesor don José Manuel Feria y del Director Territorial de Andalucía Emprende, Ignacio González, trabajé en muchos municipios de la provincia de Cádiz, especialmente en todos los de la costa desde Tarifa hasta Rota, con una dedicación especial en Barbate, San Fernando y Cádiz. Dicho Centro de Emprendedores nace del fruto de las entidades Universidad Pablo de Olavide y Andalucía Emprende (Junta de Andalucía). Durante cuatro años en Cádiz coordinaba un total de cinco centros de emprendimiento de la Bahía de Cádiz donde había un equipo de cuarenta personas, así

como otros cuarenta espacios de alojamiento en naves y despachos para emprendedores y empresas nacientes. Tras diez años en la provincia de Cádiz, me trasladé a Sevilla para trabajar a nivel técnico en el área de emprendedores en la coordinación de programas regionales y posteriormente apoyando directamente durante casi tres años a emprendedores del sector cultural y creativo en un programa llamado Proyecto Lunar. Siempre me gustó ese nombre, ya que emprendedores del arte, museos, gastronomía, artesanía, audiovisual, entre otros, llegaban al CADE y mi labor era bajarles de esa "luna" a la tierra para hacer más viable, creíble y sostenible su idea de negocio. No solo les brindaba asesoramiento en la maduración de la idea, sino también apoyo en los trámites de constitución, búsqueda de financiación pública y bancaria como es la tramitación de microcréditos, conexión con otros agentes del sector, asesoramiento jurídico para el mejor encuadre en su forma jurídica, así como participación activa en talleres, eventos, jornadas, congresos y concursos. Muy importante darles proyección a los mejores proyectos presentándolos a diferentes

concursos y premios, nunca olvidaré el caso de Icaria Atelier con las mentorías para desarrollar el plan de negocio de tres personas con mucha cualificación donde comenzaron tres y llegan a ser más de 40 trabajadores con proyectos en todo el mundo con diseños y tecnología para museos y espacios culturales. Recientemente en 2022 (León, Eoin y Álvaro) recibieron el premio "Andalucía hacia el futuro" de mano del Presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, junto con Sara Baras y la empresa Renault.

Además, mi trabajo me ha permitido proyectar a Startups en los principales eventos de interés en innovación y tecnología como son el 4YFN dentro del *Mobile Congress* de Barcelona, el South Summit de Madrid, Alhambra Venture en Granada y más recientemente en Sevilla el *Al Andalus Innovation*. Participar en estos eventos es una inyección de energía, conocimiento y contactos, que además abre la mente a nuevos negocios y tendencias. Acompañar a empresas emergentes andaluzas por España te reporta mucho conocimiento y además te afina sobre el perfil de personas que se involucran en este tipo de proyectos.

En todos estos años de asesoramiento a emprendedores, he observado que la primera pregunta en el ranking de sus preocupaciones está relacionada con la financiación. Es cierto que dentro de este ámbito existen diversas modalidades, siendo la división más académica la que distingue entre financiación pública, privada y bancaria.

En cuanto a la financiación pública, las administraciones, especialmente las autonómicas, suelen convocar ayudas al inicio de la actividad, al impulso del autoempleo y a la innovación, como Innovactiva. Aunque estas ayudas generalmente están orientadas a financiar el empleo más que a las inversiones, también existen líneas específicas para inversiones en sectores como turismo, comercio, artesanía, videojuegos... Así como otras en especie como las conocidas del Kit Digital en estos años de 2023 y 2024 que están vigentes, así como otras ayudas a la inversión impulsadas por Andalucía TRADE con más de cuatrocientos millones de euros para la industria y el I+D+i.

En el ámbito de la financiación privada, los business angels son los primeros en intervenir, y una vez que las startups muestran mayor tracción y crecimiento, entran en juego los fondos de capital de riesgo (Venture Capital).

La tercera modalidad de financiación son los instrumentos financieros denominados microcréditos, que han funcionado muy bien durante los últimos quince años, con muchas operaciones realizadas. En particular, estos se gestionan a través de Caixabank mediante Microbank, y la Junta de Andalucía, a través de Andalucía Emprende, ha colaborado estrechamente en este esfuerzo. En 2023, se gestionaron más de 138 mil microcréditos, con un valor total de 1.115 millones de euros según datos de la propia entidad bancaria.

En diciembre de 2022, la Junta de Andalucía y Caixabank, junto con la oficina de Caixabank en Nervión, donde trabajaba como gestora una magnifica profesional como María Ángeles Ponce de León, fuimos reconocidos por liderar los microcréditos de innovación en Andalucía. Recoger este reconocimiento en los salones del Teatro de la Maestranza de

Sevilla fue una gran satisfacción, ya que me permitió trabajar con proyectos más innovadores. A través de su Fundación y del programa Microbank, Caixabank facilitó la financiación de estos proyectos.

Dentro de los microcréditos, existen principalmente dos tipologías: los de carácter social y los de carácter de innovación. Estos permiten solicitar financiación de hasta 50.000 euros por proyecto y hasta 24 meses de carencia, siempre y cuando se haya trabajado con los emprendedores en el plan de negocio y la viabilidad económica y financiera, para respaldar el informe.

La financiación es una de las principales preocupaciones de los emprendedores, lo cual no es casualidad, ya que resulta fundamental para el éxito de sus proyectos. Esto se evidencia en informes relevantes como el Global Entrepreneurship Monitor España 23-24, que señala: "los expertos también consideran que hay más barreras de acceso al mercado interno, menor transferencia de I+D entre la universidad y la empresa y una financiación insuficiente para los emprendedores" (GEM,

2023, p. 29). Comparto plenamente la afirmación de dicho informe de que, además de las normas culturales, sociales y las formas de vida de un territorio, así como la educación emprendedora, la financiación es uno de los factores clave que impulsa el emprendimiento en el país (p. 34). El informe GEM que es el que tomamos como base por su importancia en la provincia de Sevilla lo lideran los profesores Francisco Liñán y Carmen Cabello.

En la trayectoria global de 20 años asesorando a emprendedores habría que afinar que como he indicado al principio, es desde 2018 cuando mi segmento de clientes pasó a ser jóvenes con estudios universitarios en curso, principalmente de ámbito urbano, muy conectados, de familias acomodadas y con expedientes académicos bastante buenos en general. Puedo decir que tres de cada cuatro emprendedores que atiendo en la Universidad son hombres, aunque a la hora de formalizar la empresa e iniciar la actividad los datos es más parejo con superioridad de número de empresas constituidas por hombres que por mujeres. Lo que si he detectado que la vocación emprendedora durante los estudios

universitarios es mucho mayor de los chicos jóvenes sobre las chicas.

Durante estos seis años estoy fomentando el emprendimiento en y desde la Universidad, me di cuenta que para los emprendedores tener un referente cercano de éxito tiene mucho valor. Siempre he defendido y trabajado en promocionar y poner en valor, a través de convocatorias, concursos o eventos, los proyectos más relevantes, porque el efecto imitación es muy útil para los jóvenes que quieren emprender.

No quiero dejar pasar el apoyo a los *upoemprendedores* Pablo Porrero y Miguel Boleto que le he ayudado en constituir la primera asociación de emprendedores universitarios pese a las dificultades administrativas.

Así que se me ocurrió preguntar a casi un centenar de jóvenes que están desarrollando ideas de negocio, ya sea ahora o hace menos de un año, qué le preguntarían a otro joven menor de 30 años que haya montado una startup tecnológica o una empresa más tradicional y que haya facturado más de un millón de euros al año.

De esta manera, conectaba las preguntas de jóvenes emprendedores con emprendedores de éxito menores de 30 años. Es cierto que el éxito lo circunscribo solo a la cifra del millón de euros y asumo que es un único indicador que no necesariamente significa el éxito total, pero al menos es un indicador atractivo. Es más puedes facturar un millón de euros y no tener liquidez, estar en quiebra e incluso arruinarte por supuesto. Pero elegí la cifra de un millón de euros por ser una cifra redonda y significativa, aunque sé que puede ser controvertida, ya que, dependiendo de la actividad, puede tener mayor o menor valor. No es lo mismo una empresa de servicios que factura un millón de euros que una empresa del sector de la construcción o con cualquier proceso productivo con gastos variables altos y márgenes pequeños. En cualquier caso, es muy relevante que un joven universitario menor de treinta años llegue a facturar un millón de euros en su proyecto emprendedor.

Soy consciente que para los jóvenes emprendedores que cursan sus estudios en la Universidad y tienen inquietud emprendedora, conocer a otros jóvenes con proyección

tiene atracción por conocerles. Por ello, me volqué en esta propuesta de valor, ya que considero que sería muy beneficioso para mis clientes diarios en el asesoramiento de ideas conocer más profundamente a este tipo de personas de éxito.

¿PERO CÓMO SON LOS JÓVENES EMPRENDEDORES?

Por mi experiencia como veedor de talento joven, basado en el trato personal por escuchar sus inquietudes emprendedoras y analizando más las cualidades personales de dichas personas podría dividir a los jóvenes emprendedores en tres bloques:

El primer bloque es aquel grupo de personas que tiene una prioridad académica en la universidad, que lo relacionado con el emprendimiento lo ve lejano y como algo que no es propio para dicha persona sin embargo no le importa participar en talleres formativos, concursos y demás. Es un grupo de jóvenes que se quedan más en la ideación y por tanto no son emprendedores como tal ya que les falta la acción, les falta salir de la zona de confort. Sus preocupaciones principales son los

"cuatris" y avanzar en la Universidad y realmente no piensan en su futuro más allá de su vida académica y de fin de semana con amigos y conectado a las redes sociales. En este grupo hay personas que viene un día a un centro de emprendedores y tras ese día no viene nunca más. Son chicos cercanos al emprendimiento pero realmente no son emprendedores.

El segundo de ellos quiere emprender y busca la formalización de su alta como persona autónoma, quiere informarse bien sobre las ayudas y subvenciones para los emprendedores. Suele optar por emprender de forma individual y no quiere equipo ya que su actividad es más profesional y de servicios donde la inversión inicial sea mínima. Es el grupo que se encuadra en los "autónomos" y que generalmente ha tenido algún familiar con un comercio, o con un trabajo por cuenta propia de hostelería o de servicios personales. Suele ser muy crítico con la normativa y las leyes porque le duele que no se apoyen a los autónomos en este país pero sin concretar muy bien que debería cambiar para mejorar. Muchas de estas personas están en la

Universidad pero vienen de la formación profesional. Aquí entran estudiantado de deportes, incluso nutrición, y sobre todo de servicios que suelen ser más tradicionales. A veces realmente lo que se plantea es un emprendimiento bajo la figura del falso autónomo que tan polémico es y que por tanto esta fuera de lo reglamentario. En cualquier caso este colectivo que suele ser personas físicas o montar sociedades unipersonales son claves para nuestro mercado de trabajo, no sólo por su volumen como veremos luego con datos sino porque prácticamente son un sustento para que economía de un territorio avance ya que por el solo de hecho de genera su propio puesto de trabajo y no depender de otra empresa o del estado que te de un trabajo.

Y en el tercer grupo están los menos que son lo más. Aquí se aglutinan a esos chicos que quieren emprender para resolver un problema grande y de muchas personas. Son chicos con una visión a largo plazo, sin miedo a salir de su rutina. Son personas tremendamente colaborativas y muy agradecidas con la ayuda que se le presta. Cuando les pregunto por sus resultados académicos de

Bachillerato suelen ser excelentes y en la Universidad si están en un doble grado no tiene dudas de dejar algún grado para focalizarse en el emprendimiento. Ello saben que van a necesitar de equipo para emprender, aunque ahora estén solos van a buscar a personas que les complementen. Suelen acudir a eventos y jornadas y participar en los concursos de emprendimiento ya que su idea de negocio suele ser más innovadora y basada en tecnología. Para estos jóvenes universitarios el emprendimiento es una forma de desarrollarse profesionalmente y de mirar hacia delante. Tiene muy buenas habilidades comunicativas y sus padres suelen ser empresarios o directivos de empresas. En este grupo están aquellos jóvenes que pueden llegar a facturar en sus proyectos empresariales más de un millón de euros de facturación.

Hasta ahora esta descripción no es más que una información que se podría encajar en esos mapas de empatía que trabajo en muchas ocasiones con ellos para que sean conscientes de la importancia del conocimiento de cliente. Pero para conocer mucho mejor a los jóvenes emprendedores universitarios nos

podemos apoyar en diferentes estudios e informes que de forma rigurosa los analizan.

El informe más riguroso sobre emprendimiento universitario es el GUESSS España donde se refleja en el año 2022 que más del 20% de los estudiantes tiene intención de emprender a corto o largo plazo. Y esta cifra es más que interesante y relevante teniendo en cuenta que dicho informe recoge la opinión de 98.000 estudiantes de 75 universidades españolas, entre ellas las Universidades públicas andaluzas. Además, otro dato clave es que el 13% manifiesta su predisposición a ser emprendedor inmediatamente al terminar sus estudios de grado o postgrado. Y esta cifra sube diez puntos y llega al 23% sobre la intención emprendedora a los cinco años de salir de la Universidad.

Un aspecto destacable para emprender entre los jóvenes universitarios es si se hace de forma individual o con otros socios y en este sentido el informe revela que más de la mitad de los encuestados que quieren emprender lo harán en solitario. Alrededor del

19% tiene intención de hacerlo con dos o más socios.

Otro estudio que refleja con precisión la realidad emprendedora a nivel nacional es el informe de la II Encuesta de Adecco a jóvenes emprendedores. Aunque este informe data de 2015, antes de la pandemia, sigue siendo relevante y se ajusta bien a la situación actual, incluso después de los años transcurridos desde la crisis sanitaria.

El estudio revela que tres de cada cuatro jóvenes consideran que emprender en España es "muy difícil". Sin embargo, más de un tercio de los menores de 30 años expresan su deseo de abrir su propio negocio. Y estos dos aspectos en mis innumerables charlas en los diferentes grados suele coincidir casi al 100% cuando se pregunta sobre ello. La única variación, y sería digno de estudiarlo más a fondo, es que en grados donde la nota de corte de acceso es más alta la intención emprendedora sube, así como en los grados donde la nota de corte de acceso es más baja pues la intención emprendedora baja. En particular he realizado estas preguntas en grados como

Sociología (7,090) Sociología + Ciencias Políticas y de la Administración (5,000), Trabajo Social (8,442) Trabajo Social + Educación Social (11,113) y Trabajo Social + Sociología (8,071) y la intención emprendedora era muchísimo menor de lo establecido y en grupos de alumnos de grados de Administración y Dirección de Empresas (9,995), Administración y Dirección de Empresas + Derecho (11,385), Administración y Dirección de Empresas en Inglés + Derecho (12,898), Administración y Dirección de Empresas en Inglés (11,433) es mucho mayor. Entre paréntesis he incluido las notas de corte del año 2021 que sería aproximadamente el año de acceso a la Universidad del alumnado preguntado. Es cierto que se pudiera considerar que por la materia del grado, Administración y Dirección de Empresas, puede enfocarse mucho más a la creación de empresas que un estudiante de grado social, si bien entiendo que no sólo es esta particularidad sino que a más alto expediente académico mayor intención emprendedora en el ámbito de la universidad.

Una vez preguntado si emprenderían y si lo consideran difícil o fácil (suelo poner 5

niveles desde muy difícil, difícil, no sabe, fácil o muy fácil) le pregunto por los motivos y obstáculos que tienen y aquí de nuevo y durante años veo reflejado lo que dicho estudio de Adecco acredita tras más de 3000 encuestas a jóvenes y es que los principales obstáculos para emprender son la falta de capital, la ausencia de una idea clara de éxito y el desconocimiento de los trámites necesarios.

Sobre el perfil y tipos de negocios el estudio mencionado muestra cifras y datos muy esclarecedores.

Las mujeres encuestadas son más proclives a emprender que los hombres (51,9% frente al 48,1 %), y casi la mitad de los desempleados abriría su propio negocio si pudiera. En cuanto a los sectores preferidos para crear una empresa, los jóvenes se inclinan principalmente por la hostelería y la restauración (19,8 %), seguido por actividades relacionadas con la enseñanza (8,8 %) y el ocio y las actividades lúdicas (6,5 %). Además, el 80,6 % de los potenciales emprendedores desea desarrollar un negocio físico, mientras que el 19,4 % optaría por un negocio parcial o

completamente online. Sin embargo, tres de cada cuatro encuestados consideran "fundamental" disponer de una web corporativa. Por último, el 72,5 % de los jóvenes encuestados estaría dispuesto a volver a emprender si fracasara su primer proyecto empresarial. (II Encuesta Adecco jóvenes 2015).

Durante muchos años, la revista Andalucía Económica ha presentado datos sobre la intención emprendedora universitaria. Justo antes de la pandemia, en marzo de 2020, publicaron la XVI Encuesta de Vocación Emprendedora Universitaria en Andalucía, que reveló datos muy significativos. A excepción de dos años puntuales, la tendencia de intención emprendedora entre los universitarios había sido creciente a lo largo de los 16 años de elaboración del informe.

En los primeros años de dicho informe, desde 2010, los universitarios andaluces que querían emprender en algún momento de su vida laboral no superaban el 15%. Justo antes de la pandemia, esta cifra alcanzó el 43,9%, superando el mejor registro hasta la fecha, que fue del 38% en 2015.

Más recientemente, se han realizado estudios clave para conocer bien el perfil de estas personas que día a día pasan, no solo por el CADE Universidad Pablo de Sevilla solicitando servicios de asesoramiento en la maduración de su idea y en cómo ejecutar las soluciones planteadas, sino universitarios en general de toda la comunidad autónoma,. El estudio liderado por Ruiz N., Diánez P. y Franco N. (2023) realizado por el Observatorio del Emprendimiento de España en colaboración con la Fundación Persán de Sevilla, ofrece una visión detallada del panorama emprendedor entre los estudiantes universitarios en Andalucía. Este informe, basado en datos del proyecto internacional GUESSS que mencioné anteriormente y que analiza las intenciones, actividades y factores que influyen en el emprendimiento estudiantil en la región.

En Andalucía, no hay duda de que el espíritu emprendedor va en alza, ya que el interés de los estudiantes por emprender al finalizar sus estudios universitarios en 2021 era del 13,4% de los encuestados, en comparación con el 4,5% en 2018. Además, a cinco años de la finalización de sus estudios, el porcentaje

de estudiantes con intención de emprender (23,5% en 2021) supera o iguala la opción de trabajar como funcionario público (24,8% en 2021).

El informe también indica un crecimiento significativo en la actividad emprendedora entre los estudiantes de Andalucía. Un 31,7% de ellos están actualmente involucrados en el proceso de establecer una empresa, lo que representa un aumento del 16% desde 2018. Además, se observa que el 10,4% de los estudiantes son dueños de empresas en funcionamiento, mostrando un incremento notable desde el 4,4% registrado en 2018. La mayoría de estos emprendedores activos tienen planes de colaborar con socios fundadores, y sus empresas, en su mayoría, cuentan con menos de 5 empleados.

En resumen, el informe destaca el potencial emprendedor de los estudiantes universitarios en Andalucía y la importancia de seguir promoviendo la cultura emprendedora a través de la formación y el apoyo institucional.

Del informe mencionado anteriormente, liderado por la profesora Sousa Ginel del

departamento de Organización de Empresas y Marketing, quien también es la delegada de GUESSS en la Universidad Pablo de Olavide, se destaca la importancia del estudio internacional GUESSS. Este estudio universitario abarca miles de universidades por todo el mundo con un alcance territorial mundial y además focalizado en un colectivo como son los universitarios

El último resumen ejecutivo es de 2021 y entre sus principales indicadores del informe y para la Universidad donde presto servicios se indica que:

- El 11,9% de los estudiantes de la Universidad Pablo de Olavide manifiestan su intención de emprender al finalizar sus estudios (emprendedores intencionales inmediatos).
- El 19,7% de los estudiantes de la Universidad Pablo de Olavide manifiestan su intención de emprender cinco años después de finalizar sus estudios (emprendedores a largo plazo).
- El 80,8% de los emprendedores intencionales inmediatos mantienen su

> intención de emprender cinco años después de terminar sus estudios, por lo que podemos decir que sus intenciones de carrera son muy estables. (Informe GUESSS 2021, p. 7).

Además hace referencia a datos de emprendedores nacientes y activos cuyas cifras son muy elevadas y no concuerdan con la realidad que personalmente veo trabajando directamente con ellos. Y es que indica que el 19% de los estudiantes de la Universidad Pablo de Olavide son emprendedores nacientes, es decir, se encuentran inmersos en el proceso de creación de una nueva empresa. Algo por encima de lo evidente ya que si son más de 10.000 alumnos los estudiantes solo de grado en la Universidad Pablo de Olavide no se puede constatar que haya 2.000 de ellos creando empresas. Por indicar una media en una población como la española que supera los 47 millones hay cerca de 3,2 millones de empresas y aún siendo Andalucía una de las comunidades autónomas con mayor volumen de empresas (incluidos los autónomos) y con una población de cerca de 8,4 millones de personas no superan unas 600 cada 10.000. Y

sobre todo hay que pensar que la finalidad principal del estudiantado es la académica y no emprendedora, siendo esta secundaria e incluso terciaria en su estancia por la Universidad.

Uno de los informes recientes en Andalucía corrobora lo que muchos estudios señalan: la mayoría de los jóvenes prefieren trabajar en lo público y no consideran el emprendimiento como la primera opción. Se trata del Informe e2 Perspectivas de los alumnos de enseñanzas medias sobre empleabilidad futura y mercado de trabajo, curso 2023/24 en la provincia de Sevilla. El estudio muestra claramente que los estudiantes sevillanos aspiran a un empleo fijo con un salario estable y sin una actividad laboral que esta tan asociada al riesgo como es emprender y ahí está la figura del clásico funcionariado y su trabajo con la administración pública. El informe se basó en más de 4.000 entrevistas a jóvenes de toda Andalucía que no está nada mal siendo la provincia de Sevilla la que mayor número de respuestas tuvo y cuya incidencia de resultados por tanto, con una mayor participación de la provincia de Sevilla. La

conclusión respecto al emprendimiento es que solo el 28.2% de los jóvenes consideraría crear su propio negocio, mientras que el 46% optaría por un puesto en la administración pública.

Además, y es un aspecto que siempre he defendido en todos los foros académicos y es que la mayoría de los jóvenes (más del 85%) considera que la formación en emprendimiento, tecnología y comunicación debe integrarse en todos los modelos de Bachillerato. Esto es clave: La formación y la capacitación emprendedora para los jóvenes no solo le sirve para emprender sino que le cualifica para una mejor empleabilidad futura ya vayan a trabajar por cuenta propia de forma individual, societaria como si van a trabajar por cuenta ajena. Y es que las competencias emprendedoras que se trabajan en cualquier formación, concurso, programa de aceleración, talleres...van a mejorar cada una de las competencias que la Unión Europea aglutina en las Entrecomp.

Así es, la Unión Europea resume en quince competencias las que deben tener las

personas emprendedoras y que muchos apostamos a que sirven igualmente para trabajar por cuenta ajena y para la misma vida real de los jóvenes que quieren acceder al mercado de trabajo cada vez más exigente. Estas quince tienen tres áreas diferenciadas: Ideas y oportunidades, recursos y pasar a la acción. Dentro de la primera esta todo lo relacionado con la creatividad, innovación, pensamiento crítico, evaluar ideas y analizarlas, en la segunda de ellas todas las competencias alineadas con buscar recursos para implicar a posibles socios, inversores, competencia económica y financiera y es que cada vez veo más en los emprendedores jóvenes errores básicos en los conceptos de inversión-financiación, ingresos-gastos, cobros-pagos, y por último, el paso a la acción. Está claro que emprender es actuar, en la ideación hay muchas personas jóvenes pero esto no es emprender, eso es idear y no tiene ningún aprendizaje como es actuar en el mercado y empezar a validar. Aquí entran las competencias tan esenciales y que, junto a las otras se ven muy claramente en Antonio, como manejar la incertidumbre, la planificación y gestión,

la comunicación, trabajar en equipo, tomar la iniciativa... Sobre la comunicación resaltar que es un aspecto que ya viene incluso de Grecia y Roma y que cuesta mucho en los emprendedores jóvenes, pero es sin duda la oratoria y la retórica una de las técnicas históricas para persuadir no sólo a inversores sino a los clientes que son sin duda los más importante de los negocios.

¿CÓMO SE ELABORÓ ESTE LIBRO?

En 2023 durante los meses de verano principalmente y en 2024 antes de la publicación se les preguntaba a casi un centenar de jóvenes universitarios sobre que preguntaría a otros como ellos que hayan emprendido y han facturado en sus proyectos más de un millón de euros. Este fue el objetivo: Jóvenes emprendedores que preguntan a jóvenes emprendedores de éxito.

Me apliqué a mí mismo aquello que Blanck en su Manual del Emprendedor tomaba como referencia en el emprendimiento que hay que salir de la oficina y preguntar. Hay que ponerse en la piel del cliente, pues aquí igual, fui a preguntar a los potenciales clientes de este

libro qué preguntarían a otros emprendedores de éxito.

Las premisas que consideré fueron que cualquier joven emprendedor, independientemente de su idea de negocio, su estado de desarrollo o su procedencia, pudiera completar un breve cuestionario.

Se les preguntó por su edad, comunidad autónoma, estudios y que preguntarían sobre el negocio, clientes, dificultades y logros, así como cualquier pregunta que quisiera plantear.

El 4,2% de los que han contestado la encuesta fueron mayores de 30 años por lo que ha sido residual y el 96,8% eran menores de 30 años. El 66% fueron chicos y el resto mujeres. El 75% han sido andaluces y el resto de otras comunidades autónomas principalmente de Madrid, Canarias, Cataluña, Aragón...y en todos los casos muy residual siendo en como mucho tan solo dos personas de dichas comunidades autónomas no andaluzas.

Les pregunte su formación de procedencia o actual y los resultados fueron los siguientes:

- Ciencias sociales y jurídicas: 54,2%.
- Ciencias de la salud: 16,7%.
- Ingeniería y arquitectura: 12,5%.
- Ciencias: 8,3%.
- Tecnológico: 4,2%.
- Humanidades y artes: 4,2%.

Tras estos años estando en el ecosistema emprendedor en Andalucía y en particular en Sevilla y más concretamente universitario tenía detectado a diferentes personas emprendedoras que he denominado de éxito por el hecho de facturar ese millón de euros y me puse en contacto con ellos y me reuní de forma presencial o digital para hacerle estas más de cuarenta preguntas.

Añadiría que estos emprendedores a los que he entrevistado no es por el mero hecho de haber facturado ese millón de euros siendo menores de 30 años sino que además por su perfil he considerado que pueden aportar valor a otros jóvenes por sus respuestas, su formación, su forma de emprender, su forma de afrontar los problemas, sus planteamientos en comunicación y su cercanía.

Igualmente para la elección del título del libro opté por una de las claves del éxito a la hora de emprender y no es más que preguntarles al público al que va dirigido este libro que título pondrían y muchos de ellos optaron por la palabra “secretos de emprendedores”, “de joven emprendedor a millonario”, “cómo facturar un millón antes de los 30”...Luego hoy día no podía dejar de preguntarle a la IA y así lo hice y estos fueron los resultados de posibles títulos cuando le pregunté a ChatGPT versión 3.5. Y me propuso diez títulos:

“Millonarios antes de los 30: Historias de Jóvenes Emprendedores".

"Éxito Joven: Entrevistas con Emprendedores Millonarios".

"Sub-30 y Millonarios: Lecciones de los Nuevos Líderes Empresariales".

"Juventud y Fortuna: Emprendedores Menores de 30 con Millones de Euros".

"Millonarios Prematuros: El Camino al Éxito de Emprendedores Jóvenes".

"Ganar Antes de los 30: Entrevistas con los Emprendedores del Momento".

"Visionarios Jóvenes: Historias de Éxito de Emprendedores Menores de 30".

"Más Allá de los Sueños: Jóvenes Emprendedores que Alcanzaron el Éxito".

"Innovadores y Millonarios: Entrevistas con los Nuevos Emprendedores".

"Menos de 30, Más de un Millón: Historias de Jóvenes Triunfadores".

Con ello me centré en la palabra “secreto” ya que al parecer era lo que más le atraía a los jóvenes que apareciera en el título y así nació “Secretos de jóvenes emprendedores: Cómo facturar más de un millón de euros antes de los 30”

PERFIL DEL ENTREVISTADO: MANUEL MONTERRUBIO

A lo largo de los años, me he dado cuenta de que soy capaz de detectar con mucha más antelación si un emprendedor tiene talento que si su negocio es viable. Desde que conocí a Manuel, o Manu, como lo conocí en sus primeros días en la Universidad, supe que llegaría lejos con lo que se propusiera,

independientemente del negocio o proyecto que emprendiera.

Tenía 19 años, o 20 como mucho, y aunque tenía un aspecto tímido, entablaba conversaciones con una agilidad mental inusual. Recuerdo que, en una de las primeras tutorías, realizamos un análisis económico y financiero a 3 y 5 años. Ya en ese momento se le veía con una confianza tan firme que aseguraba que alcanzaría una facturación de millones de euros. Yo no salía de mi asombro cuando le preguntaba: "Pero ¿cómo vas a llegar a facturar un millón de euros en el segundo año?" Su respuesta era contundente: “Se llegará, es cuestión de trabajar bien la inteligencia de datos”.

Las conversaciones sobre economía eran un auténtico lujo, ya que todo el conocimiento que transmitía estaba constantemente aplicado. Era una persona tremendamente educada, con una capacidad de trabajo espectacular. Cuando trato con jóvenes con tanta educación en valores, pienso mucho en sus padres. Estoy seguro, sin conocerlos, de que

deben ser personas extraordinarias para haber criado a un hijo tan extraordinario.

Sobre su capacidad de trabajo, sólo habría que preguntarle a su socio, Antonio Faya, cuántas tardes, noches y fines de semana han dedicado al trabajo. Está claro que en el emprendimiento no hay suerte: triunfa quien trabaja duro y con tenacidad.

Su visión global era clarividente. Recuerdo que alguna vez me comentó que necesitaban un descanso y se fueron a pasar unos días a la costa de México, si mal no recuerdo. Para emprendedores del nivel de Manu Monterrubio, no hay fronteras.

Aunque no lo considero un tecnólogo en el sentido estricto, puedo decir que es una persona con la capacidad de valorar y tener criterio sobre diferentes tecnologías. Es alguien seguro de sí mismo, con gran capacidad para identificar oportunidades en el mercado. Siempre está "maquinando", preguntándose el porqué de las cosas e ideando. Está constantemente aprendiendo y adaptándose a los avances tecnológicos, manteniéndose al día con las últimas tendencias y herramientas. En

el lenguaje coloquial, lo llamamos un "jartible emprendedor".

Un joven emprendedor, muy joven, que tiende a ser colaborativo. Siempre que coincidimos, me menciona su disposición a colaborar en cualquier jornada o charla, como ya lo ha hecho en más de una ocasión, impartiendo charlas magistrales sobre su visión del emprendimiento. Ha participado, por ejemplo, en el Hackathon de la UPO, organizado por la Universidad Pablo de Olavide y Andalucía Emprende, así como en las charlas motivadoras de Sputnik, lideradas por Juan Martínez-Barea.

Un lujo poder compartir un rato de conversación con un chico que se ha codeado con los mejores y mayores fondos de inversión e inversores de España y donde ha sido capaz que multinacionales como Midea se fije en un chaval universitario emprendedor.

ENTREVISTA A

MANUEL MONTERRUBIO

1er. BLOQUE: SOBRE TU NEGOCIO.

1.- Cuál es la solución que has puesto en marcha y la propuesta de valor de tu negocio.

En Pacerin, identificamos que en muchas categorías dentro del Marketplace de Amazon no existían marcas principales o dominantes. Observamos una oportunidad en estos segmentos donde la oferta de productos era escasa o insuficiente y los clientes demandaban más opciones. Nuestra idea principal fue crear marcas que llenaran estos vacíos en el mercado, ofreciendo productos de alta calidad y valor añadido en categorías subatendidas.

Así, nació Pacerin, inicialmente con una marca y luego expandiéndonos hasta tener una House of Brands con cuatro marcas distintas. Cada una de nuestras marcas se enfoca en satisfacer necesidades específicas de los consumidores en categorías donde la competencia es baja y la demanda es alta.

Esto nos ha permitido crecer de manera sostenida durante varios años, estableciendo una presencia sólida en el mercado y ganando la confianza de nuestros clientes.

2.- ¿Qué problemas resuelves con tu solución?

Si hay un problema, hay una oportunidad. Cada marca y cada nicho dentro de ella tiene su propio problema particular que debe ser resuelto. Por ejemplo, si consideramos una marca generalista como Cecotec, vemos que resuelve necesidades diferentes en colchones y electrodomésticos.

Nosotros en Thexly nos enfocamos en cámaras de vigilancia, ofreciendo soluciones que abordan la necesidad de productos de alta calidad en este nicho. Además, ofrecemos, bajo la marca CHIKERS, incubadoras y productos para granjas disponibles en línea con entrega en un día, cubriendo una demanda específica en el sector agrícola. En el ámbito deportivo, con TACKLY,

proporcionamos productos multifuncionales a precios ajustados, respondiendo a la necesidad de equipos deportivos accesibles.

Por otro lado, en AIQURA nos especializamos en productos de medición corporal, como termómetros, ofreciendo seguridad y certificación de calidad en un momento crucial, como fue el año 2020, cuando había una escasez significativa de estos productos en el mercado.

En resumen, identificamos y abordamos problemas específicos en cada nicho, creando soluciones que aportan valor y satisfacen las necesidades de nuestros clientes.

3.- ¿Cuál es el modelo de negocio que tienes para llevar a cabo dicha idea y por qué elegiste este negocio?

Nuestro modelo de negocio es el e-commerce, un modelo muy tradicional que consiste en la venta de productos de forma online. Este modelo es esencialmente una versión digital del retail tradicional, con la

particularidad de tener menores barreras de entrada. Elegimos este modelo porque, para un primer emprendimiento o una primera empresa, es una opción natural y relativamente sencilla de entender.

En términos simples, compramos productos a un precio determinado, les ponemos nuestra marca, desarrollamos y mejoramos los productos y luego los vendemos online. Este proceso implica varias fases que lo podría esquematizar así:

- Primero: Adquisición: Compramos productos a un precio X.
- Luego: Desarrollo: Añadimos valor mediante el desarrollo y la mejora del producto.
- Posteriormente: Marketing: Realizamos una estrategia de marketing efectiva para promocionar nuestros productos.
- Una vez pasado este paso entramos en: Ventas: Vendemos los productos

a un precio mayor, cubriendo los costos variables y de marketing.

- Y finalmente: Margen: Calculamos el margen de beneficio que nos queda después de los costos.

Con los ingresos generados, cubrimos los costos operativos necesarios para mantener la estructura de la empresa. Este modelo es fácil de entender para un nuevo emprendedor, lo cual lo hace ideal para aquellos que están iniciando.

Aunque pueda parecer sencillo, el e-commerce tiene sus complejidades y desafíos, especialmente cuando se trata de marketing digital y gestión de inventarios. Sin embargo, lo considero una excelente opción para empezar antes de aventurarse en modelos de negocio más complicados, como el desarrollo de software.

En resumen, elegimos el modelo de e-commerce por su accesibilidad y simplicidad inicial, lo que permite a los nuevos emprendedores comprender rápidamente los

conceptos básicos de comprar, mejorar y vender productos.

4.- ¿De dónde sacaste la idea de negocio que has llevado a cabo?

Yo creo que tuvimos una evolución natural dentro del e-commerce. Empezamos por una tienda online en su momento y eso que creo que es el modelo de negocio con mayor tasa de fracaso, crear una tienda online. Y ¿por qué? Principalmente, porque en la actualidad resulta sumamente complicado atraer y retener clientes de manera rentable, además de requerir una inversión inicial considerable.

Es innegable que existen casos de éxito resonantes en este ámbito, sin embargo, el porcentaje de éxito es notablemente bajo. Ante esta realidad, muchos optamos por buscar una demanda ya existente, y es aquí donde surge la opción de asociarse con gigantes como Amazon. Amazon ofrece un canal establecido y sólido, tanto en términos logísticos como empresariales, además de

contar con una base de clientes ya consolidada.

La estrategia consiste entonces en aprovechar la infraestructura y la audiencia de Amazon para desarrollar y ofrecer productos que los clientes ya están buscando activamente. En muchos casos, el descubrimiento de Amazon como plataforma de ventas representa una evolución casi natural para aquellos que inicialmente encuentran dificultades en establecer y mantener un e-commerce.

En resumen, Amazon se convierte en el canal por excelencia para el comercio electrónico, brindando una oportunidad para aquellos emprendedores que enfrentan desafíos en el establecimiento de su propia plataforma de e-commerce.

5.- ¿En qué momento descubriste que vuestro negocio tenía potencial para ser rentable?

Desde el principio, pudimos entender que era un negocio que su naturaleza era ser

rentable. Sin embargo, surge una gran divergencia en este aspecto con respecto a otros emprendimientos, ya que normalmente, cuando un emprendedor se dedica al ámbito del software, está preparado para perder dinero desde el primer momento espera generar unos cashflows muy importantes en un futuro que compensen los años de pérdidas. Este modelo de negocio, en cambio, es altamente intensivo en capital porque tú asumes la compra de inventario y es difícil conseguir créditos de proveedores al principio, pero puedes generar una P&L positiva desde el mes 1

Así, considero que el e-commerce presenta una trayectoria más lineal. Por lo tanto, casi cualquier e-commerce, especialmente aquellos que siguen el modelo de marca nativa de Amazon, debería ser rentable desde sus inicios. Si un modelo de marca nativa de Amazon no genera beneficios a nivel de margen bruto desde el principio, carece de sentido continuar con él. Aunque en ciertos casos pueda no ser rentable temporalmente

debido a una mayor inversión en marketing, si no es rentable excluyendo el margen destinado a marketing, entonces el negocio no parece tener un sustento lógico

6.- ¿Qué os inspiró para crear vuestro negocio?

Bueno, yo creo que siempre hay que tener referentes. Especialmente yo conocí a una persona con la que tuve la suerte de trabajar desde muy joven, que había creado empresas, las había escalado y demás. Vi el valor que creaba para la sociedad y sus clientes y sentí que yo tenía que hacer algo así. Una frase que me dijo Antonio hace poco era que si juntásemos a todas las personas que nos han comprado un producto en los últimos cuatro años, podríamos llenar el Bernabéu. Son más de 100.000 clientes en los últimos cuatro años. Poder decir que a 100.000 personas les hemos aportado algo con nuestros productos, llena mucho. Entonces yo creo que esa inspiración de gente que lo había hecho y veíamos que era lo

que queríamos hacer en la vida, pues nos sirvió mucho.

7.- Imagino que tardaste varios años en llegar a esa facturación del primer millón de euros. ¿Cómo has aguantado el resto de tiempo hasta llegar a lo que has llegado?

El primer año facturamos 100 mil euros, es decir, prácticamente nada. El segundo año medio millón y tercer año estuvimos en casi los 2 millones de euros. Entonces, hay un por cuatro. Bueno, a ver, creo que si estás en un mercado grande dentro de Amazon o dentro de e-commerce, o sea, en el mundo del retail, en el momento en el que generas un poco de product-market-fit, puedes llegar a cifras muy interesantes. Y la clave en todos estos modelos es una estructura muy, muy ligera, prácticamente nada de costes fijos hasta que descubras cuál es la tecla y la palanca clave. Y cuando la descubras, si no has tenido costes fijos altos y una estructura ligera, podrás cogerla. Si no, probablemente ya vengas cojeando y cuando tienes

que empezar a correr, ya no podrás correr. Entonces, nuestro punto fue una estructura prácticamente mínima, y unos costes fijos muy bajos, todos subcontratados y demás. Y solo que ir aguantando, ir aguantando, ir aguantando hasta que encontramos ese product-market-fit

8.- Una vez que has alcanzado una facturación tan grande, ¿crees que se pierde el interés por emprender? Es decir, una vez has alcanzado el éxito, el espíritu emprendedor desaparece.

Bueno, también ¿a qué se llama éxito? Porque cuando piensas que facturar medio millón es increíble y aún te queda por alcanzar un millón de euros. Y es que aunque estés facturando 500 millones siempre habrá un techo más alto. En nuestro caso no hemos llegado a un punto de éxito como para que perdamos el espíritu emprendedor. Y es más, probablemente creo personalmente que al revés, es más bonito cuando consigues crear, y cuando hablas con fundadores que han creado una empresa ya

estable, que no se tienen que preocupar cada día de no poder pagar nóminas ese mes, que están más liberados para pensar ideas y aportar valor pero sin la presión de cuando estás en el día 0 y solo piensas en sobrevivir. Entonces, fíjate que yo creo, respondiendo a la pregunta, que no, sino que es al revés. Muchas veces puedes llegar a un punto que incluso se potencia ese espíritu emprendedor porque ahora es cuando llegas al momento en el que de verdad puedes llevar a cabo todas las ideas, todo lo que has aprendido sobre el mercado y tienes recursos para hacerlo.

9.- Si tienes un socio tecnológico, ¿cómo lo has encontrado?

Antonio y yo no somos socios tecnológicos. Hemos ido evolucionando hacia nuestras facetas y no creo que pueda aquí especialmente dar mucho esto porque nosotros ninguno de los dos somos técnicos.

10.- ¿Qué acciones habéis tomado, estáis tomando de vuestra compañía para frenar los efectos de la crisis climática en la que nos encontramos?

Bueno, especialmente Amazon es muy proactivo en este punto. Creo que es el marketplace o la plataforma de venta más proactiva. Amazon lanzó un sello que se llama Climate Pledge Friendly, que es un sello que aparece en los productos dentro de la plataforma de Amazon, que muestra que han sido fabricados de manera sostenible, contaminando lo menos posible y hay unas agencias que te lo verifican. Y creo que es de la manera en la que nosotros más podemos frenar esto. Y trabajamos a día de hoy activamente para, junto con nuestros proveedores y fabricantes, para que consigan esta certificación en nuestros productos y los clientes puedan saberlo.

****

Estas diez preguntas están extraídas de otras tantas que son las siguientes y que se

han agrupado en las ocho que se acaban de exponer:

¿Cómo llegaste a la conclusión de tu modelo de facturación actual?

¿Cómo lo escalo, aspectos sobre internalización, formas de pivotar?

¿Qué dificultades han tenido para llegar ahí?

¿Cuál es la idea principal, la propuesta de valor y el modelo de negocio para llevar a cabo dicha idea?

¿Por qué elegiste ese negocio?

¿Cuándo descubrirse que tu negocio tenía potencial para ser rentable?

¿Si es b2b o b2c y por qué?

¿Cómo crecer y fortalecer el networking de manera correcta?

¿Te gusta el trabajo de tu modelo de negocio o te gusta tener una empresa que ejerce ese modelo de negocio?

¿Cómo monetiza?

¿Cuál es tu público objetivo o mercado meta?

¿Cómo genera valor en el territorio donde se encuentra y qué elementos del territorio y cómo estos le generan valor a la empresa?

¿Qué persona o acontecimiento te ayudó decidirte con el tipo de negocio?

¿Qué impacto busca tener?

¿Cómo se identifica un modelo de negocio altamente escalable?

¿Cuál es el problema que motivó a crearlo?

¿Qué problema resuelves? ¿Por qué?

¿Cuánto tardó desde que tuvo la idea de negocio hasta que pudo realizarla/materializarla?

¿Qué enfoque dar a una empresa sanitaria sin caer en la privatización de los derechos básicos?

¿Disfrutas desempeñado tu trabajo?

Nichos de mercado emergentes actualmente.

¿Cómo se inspiró para montar un negocio?

¿Por qué eligió ese negocio?

Así que estas preguntas son las que le interesan a la gente joven emprendedora y que preguntarían a otros jóvenes que facturan más de un millón de euros en lo que a negocios se refiere.

2º BLOQUE: SOBRE TU VISIÓN DE LOS NEGOCIOS Y EL EMPRENDIMIENTO:

11.- ¿Cómo se identifica un modelo de negocio altamente escalable?

Creo que hay muchos matices en la escalabilidad de un negocio, ya que lo que para algunas personas es escalable, para otras no lo es. Además, la definición de escalabilidad puede variar. Para mí, un modelo de negocio escalable es aquel en el que para que crezcan los ingresos de manera exponencial, los gastos no deben crecer en la misma proporción. Por ejemplo, en un modelo de e-commerce, claro que puede ser escalable. Para mí, escalable significa que con un aumento de 20 veces en los ingresos no necesitas un incremento de 50 veces en los gastos.

Un modelo típicamente identificado como escalable es el software. ¿Por qué? Porque una vez desarrollado, puedes venderlo a todo el mundo. Este es el modelo por excelencia, ya que solo necesitas añadir más

servidores para incrementar la capacidad, y la escalabilidad es total. Sin embargo, aunque el producto puede escalar, el modelo comercial no siempre lo hace de la misma manera. Por ejemplo, si 5 comerciales consiguen 10 clientes, 10 comerciales conseguirán 20, lo que es lineal y no exponencial.

Para mí, un modelo escalable es aquel en el que, al aumentar el input, el output se multiplica significativamente. Por ejemplo, en el e-commerce, a menudo se necesita más capital para aumentar el inventario. En etapas iniciales, algunos fundadores piensan que para duplicar la facturación necesitan duplicar la compra de mercancía, lo cual puede llegar a ser cierto. Sin embargo, hay formas de hacerlo más eficiente, como obtener crédito de proveedores y vender el inventario antes de pagarles, lo que puede convertir el negocio en mucho más escalable.

En conclusión, para mí, la escalabilidad se da cuando al incrementar el input, el output

se multiplica, independientemente del modelo de negocio.

12.- ¿Cuál es el capital inicial que uno debe tener para emprender?

Capital inicial. Bueno, es muy variable, ¿no? Si quieres montar un edificio y quieres ganar y rentabilizar con ese edificio es una cosa diferente que si por ejemplo tu emprendimiento es vender carteras, ¿no? Entonces, es muy diferente, depende del negocio. Mínimo, mínimo, mínimo, me cuesta entender que se monte algo con menos de 3.000, 5.000 euros, me cuesta entenderlo. Que se pueda montar algo con menos de eso para hacerlo rápido. Pero bueno, desde ahí hacia arriba.

13.- ¿Qué nichos de mercado emergente tienes detectado actualmente?

Bueno, a ver, hay cosas obvias, que son muy típicas, porque obviamente IA es una revolución, es una revolución real. Quizá hemos vivido mucho *puff* o humo con los NFTs, blockchain, criptomoneda, que luego

parece… parece y no digo, no sé seguro, pero que no está llegando a una utilidad real. Y eso hace que mucha gente en el sector tech no se termine de creer la revolución que es la inteligencia artificial. Obviamente la inteligencia artificial abre nichos de mercado completamente nuevo. Y es lo bueno de la tecnología, que es completamente exponencial.

Se creó internet y abrió una nueva economía. Se creó Google, se creó Amazon y abrió una nueva economía para el retail. Entonces creo que la inteligencia artificial abre una nueva economía y un nuevo mundo de oportunidades.

En e-commerce sigo viendo mucha oportunidad y muchos nichos de mercado a explotar. Por la propia naturaleza humana se van generando necesidades que se necesitan satisfacer con productos, ¿no? Por poner un ejemplo, ahora todo lo relacionado con el sueño y el descanso es un nicho que está muy fuerte. Justo había una startup que está en Estados Unidos hace poco, que

hacen un aparato que regula la temperatura exacta con los ciclos de sueño, con inteligencia artificial y demás. Bueno, siempre hay nichos. Y ahora, por ejemplo, la gente está muy preocupada por el descanso y demás. Pues, o sea, una infinidad de productos, que te puedan ayudar con eso, pues. O sea, sí, algunos nichos que he visto y habría que explorar.

14.- ¿Cómo evaluarías el factor suerte en el emprendimiento?

Bueno, yo creo que, no sé, desde cero a cien... Para mí, hay una frase de Guardiola que me encanta, es que siempre tienes que estar ahí, que si llegas diez veces a semifinales y eres el mejor, pues, en siete tendrás mala suerte, en tres ganarás. El punto es: la suerte llega. Yo creo que en el emprendimiento cuando estás siempre ahí, cuando hay gente que dice, oye, qué suerte tuvieron que se cruzaron con este inversor, que le salvó y demás. Bueno, pero se cruzaron con él porque iban a todos los eventos, se quedaban hasta última hora para ver si alguno

conocían, explicaron su idea en cien mil eventos, en cien mil pitch, le escribieron emails a todo el mundo, y debido a eso consiguieron uno de los diez mil que les entusiasmó su idea, les invirtió y la compañía terminó siendo una empresa enorme. Entonces, ¿qué papel tiene la suerte? Pues depende cómo definas suerte…

15.- ¿Qué papel tendría la IA en una nueva aventura emprendedora que tuvieras en un futuro?

Bueno, ya creo que para casi todo el mundo algo de papel tiene. Y ya no solo por el hecho de que lo uses como herramienta en tu día a día, ¿no? Porque a nivel de producto quizá no, pero sí a nivel de software. Es difícil entender hoy en día no añadir IA a cualquier producto de software que crees de SaaS. Porque al final, en mi opinión, suma siempre, no resta. Entonces, tendría un papel relevante, seguro.

16.- ¿Qué ayuda pueden suponer los inversores y fondos de inversión en los negocios emergentes?

Bueno, yo creo que, además del apoyo financiero, es fundamental que el inversor brinde una ayuda transversal en etapas iniciales. Al final, un inversor es también un socio, y debe estar disponible para el emprendedor en lo que necesite, ya sea formación en determinados aspectos, ayuda con la contratación de empleados clave o cualquier otra cosa. En fases de negocios emergentes, el inversor debe ofrecer un apoyo integral. Aparte del capital, que es lo principal, debe estar dispuesto a ayudar en todo lo posible, porque se está invirtiendo en una empresa que aún está en sus inicios y necesita contratar personal, buscar oficinas, establecer contactos,...

El inversor debe contribuir financieramente, pero también ofrecer apoyo y ayuda en lo que el emprendedor necesite. Si el emprendedor dice que no necesita ayuda y sabe manejar todo, entonces el inversor

proporciona solo el capital. Pero si el emprendedor requiere y desea ayuda, es importante que el inversor esté dispuesto a ofrecer ese apoyo transversal.

3er. BLOQUE: SOBRE TU CLIENTE:

17.- ¿Cuál es tu cliente objetivo y cómo lo definiste?

En nuestro caso, es un poco más peculiar porque, al ofrecer muchos tipos de productos en Amazon, no teníamos un solo cliente objetivo, sino varios tipos de clientes. Sin embargo, siempre intentábamos tener la misma tesis sobre cómo era nuestro cliente: alguien que, evidentemente, compraba online y tenía una necesidad clara. En Amazon, los clientes buscan una keyword concreta en la barra de búsqueda, es decir, tienen una necesidad específica buscan satisfacer.

Y para mejorar a los clientes siempre, siempre voy a intentar ser muy proactivo. Eso lo considero fundamental.

18.- ¿Por qué elegiste ese segmento de cliente concreto?

Bueno, porque era un segmento de clientes que no estaba siendo completamente satisfecho. Había una necesidad concreta que buscaban en Amazon. En el pasado, tal vez no en Amazon, pero seguía ocurriendo que muchas necesidades no estaban siendo plenamente satisfechas. Había un producto específico que la gente buscaba, pero no había una marca que lo ofreciera de manera adecuada. Cuando comencé en Amazon, vi una oportunidad en el mercado. Como mencioné, el producto específico tenía un precio de alrededor de 60-70 euros y, al lanzarlo, no había competencia. Entonces, vi una oportunidad de atender a un cliente que estaba dispuesto a pagar por lo que necesitaba.

19.- ¿Cómo conseguiste tu primer cliente y cómo lo recuerdas?

Yo creo que el primer cliente es el que marca un antes y un después. Convencer al

primer cliente en un negocio, ya sea un SaaS, e-commerce o cualquier otro tipo de empresa, es fundamental. Recuerdo claramente mi primer cliente. Fue una experiencia increíble, aunque también un desafío. A diferencia de muchas historias de emprendedores que conocieron a su primer cliente personalmente y desarrollaron una relación cercana, mi experiencia fue más directa a través de nuestras estrategias de marketing. La primera persona que compró a través de nuestra plataforma fue un gran logro para mí y validó todo el esfuerzo que habíamos puesto en el negocio.

20.- ¿Cuáles son las mejores estrategias de comunicación a nivel general?

Bueno, yo creo que las mejores estrategias de comunicación deben centrarse en la honestidad y la autenticidad. Recuerdo que Antonio Faya, cofundador de Pacerin, siempre me decía que lo más importante es ser sincero con los clientes. Siempre he creído en esto y ha sido la base de nuestra comunicación, incluso después de la venta. En mi

experiencia, he aprendido que la clave es la transparencia y la claridad en la comunicación.

Muchas personas se centran demasiado en hablar de lo maravilloso que es su producto, pero eso no siempre conecta con la audiencia. Es importante resaltar los beneficios y características técnicas del producto, pero también hay que abordar los problemas que puede resolver. La gente se siente más atraída por soluciones prácticas y honestas que por promesas exageradas.

Además, es fundamental personalizar la comunicación y asegurarse de que los mensajes sean relevantes para cada segmento de clientes. Trabajamos estrechamente con nuestros proveedores para garantizar que nuestros materiales de comunicación sean seguros y confiables. Nos aseguramos de que, en todo momento, nuestra instalación y servicio sean lo mejor posible, atendiendo siempre a las necesidades y preocupaciones de nuestros clientes.

En resumen, las mejores estrategias de comunicación son aquellas que combinan la honestidad, la relevancia y la personalización, asegurando siempre que los clientes se sientan escuchados y valorados.

21.- ¿El cliente siempre lleva la razón?

No siempre. Es fundamental entender las áreas en las que el cliente necesita más apoyo y orientación. Es probable que puedas identificar las áreas donde llevar la función no es tan efectivo, especialmente en las etapas iniciales. Es importante equilibrar la satisfacción del cliente con la viabilidad y eficiencia del servicio.

****

Estas seis preguntas están extraídas de otras tantas que son las siguientes y que se han agrupado en las seis que se acaban de exponer:

¿Al hacer el mapa de empatía todos pensamos en una persona con nombre y apellido? ¿a quién te imaginabas para describir?

¿Cómo consiguió identificarlos, cómo consiguió contactar con ellos?

¿Qué formulas le han servido más para captar clientes?

¿Habláis con ellos? ¿Tenéis métricas de retención?

¿Qué haces para conocer mejor a tus clientes?

¿Priorizas dar servicio a los clientes que se alinean contigo en tus valores o solo valoras si es un potencial cliente al pasar una propuesta?

¿Segmento y por qué?

¿Qué esperan obtener cuando compran en línea?

¿Cómo valoras y haces para educar a tus clientes?

¿Cómo los consigue?

¿Cómo conseguiste tu primer cliente?

¿Cuáles son las necesidades y deseos principales de tus clientes?

¿Cómo conseguir el primer cliente y luego cómo conseguir los más significativos?

¿El cliente siempre lleva la razón?

¿Qué segmento de clientes trabaja?

¿Cuáles son las mejores estrategias de comunicación?

¿Cuál es tu cliente objetivo y cómo lo definiste?

¿A quién resuelves ese problema? ¿Los clientes encuentran alternativas a tu solución?

¿Qué porcentaje de sus clientes proviene de sus redes sociales?

¿Qué tipo de relaciones se pueden establecer entre una compañía privada e instituciones públicas como hospitales, centros sanitarios, etc.?

¿Los clientes se sienten agradecidos después de contactar contigo? ¿Crees que mejoras algún detalle en su vida?

¿Hasta qué punto un cliente siempre tiene la razón?

¿Cómo suelen consumir y cómo hace su estudio?

¿Cómo eligió ese target de cliente?

Así que estas preguntas son las que le interesan a la gente joven emprendedora y que preguntarían a otros jóvenes que facturan más de un millón de euros en lo que a clientes se refiere.

4º BLOQUE: SOBRE TI Y TU ENTORNO:

22.- Cuéntanos un poco sobre tu vida fuera del negocio. ¿Cómo te criaste y dónde?

Yo me crié en una familia normal, de clase media, en San José de la Rinconada, de Sevilla, a 20 minutos de Sevilla capital. Y, bueno, una vida bastante normal, jugaba fútbol, jugaba baloncesto e intentaba estudiar mucho. Y, por lo menos, no hice mucho más hasta los 18, 19, más allá de eso, que ya fue una vida bastante buena.

23.- ¿Cuál ha sido la motivación principal tuya para emprender?

Bueno, cada uno tendrá su historia. La mía, muy concretamente, creo que mi motivación principal fue no tener una necesidad satisfecha, en este caso para mí, en lo que me ofrecía la universidad o en el camino tradicional. Sentía que tenía muchas ganas de hacer cosas. Obviamente, uno a los 18 años es muy ambicioso, pero también idealista. No quería seguir el camino estándar de

pasar cuatro o cinco años en la universidad, luego dos en un máster, y después dos haciendo prácticas, para finalmente empezar a generar valor o impacto en la gente a los 30 años. La única manera de hacerlo era tomar la iniciativa, crear una empresa (una SL) y llevar a cabo mis ideas. Tuvimos suerte de que más o menos salió bien.

Pero, bueno, esa fue mi motivación principal el cómo ver que el camino tradicional no satisfacía mi forma de ver la vida y el trabajo. No sé si mi amplitud de trabajo, no sé si mi ambición, pero, bueno, mis ganas de hacer cosas.

24.- ¿Cómo equilibras tu vida personal y profesional con una carga de trabajo tan exigente?

Bueno, siempre hay épocas con picos, hay Ups & Downs, pero intento diferenciar entre el trabajo y la vida personal. Puedes trabajar muchas horas, pero creo que es importante que cuando termines tu jornada, dediques tiempo de calidad a las personas que te

importan. Hay muy pocas personas que realmente merecen ese tiempo. Llevo tiempo intentando mejorar y creo que he sido capaz de cumplir con esto, organizándome bien entre el trabajo y la familia.

Luego veo gente que está contigo y está pensando en el trabajo, está respondiendo una llamada, respondiendo unos WhatsApp. Bueno, aparte de la educación, me parece eso bastante mal a nivel mental porque se te hará difícil de llevar si te lo tomas así. Entonces siempre intentando diferenciar y generar fronteras entre trabajo y vida personal. Dedicar, obviamente, muchas horas al trabajo, pero, bueno, luego dedicar horas de calidad a la familia y a los amigos.

25.- ¿Cómo te ves en 5, 10 y 20 años?

Bueno, de momento estoy contento en Pacerin y, especialmente, tras nuestra integración en el grupo Frigicoll. Creo que soy afortunado del trabajo que tengo. De momento me veo ahí en medio plazo. Y, bueno,

intentando crear cosas que me diviertan, que ayude a gente y que pueda, a raíz de eso, crear negocios.

26.- ¿Qué harías para ayudar a otras personas a conseguir lo mismo que tú?

Yo intento ayudar en lo que puedo y sacar tiempo libre para hablar con más emprendedores. Prefiero siempre la calidad a la cantidad, al menos así lo he intentado. En general y en todo en la vida, pero entonces prefiero más allá de charlas masivas, creo que hay muchos caminos de otros emprendedores que intentan ayudar al ecosistema. Yo, en vez de a lo mejor dar charlas muy masivas o tal, que me parece que a lo mejor queda todo muy superficial. O, bueno, seguramente hay gente, muchos de los que quiero hacerlo con una mejor historia. Yo intento a día de hoy es dedicar tiempo, al menos una cerveza, con dos o tres emprendedores al mes o al trimestre. O que, ya incluso son amigos. O sea, como si fueran amigos, a lo mejor están dos pasos por detrás de donde yo estaba hace tres años.

Intento tener una relación bastante cercana e incluso hablar, no todos los días, pero bueno, quizá una vez por semana.

Intentar ayudarles en lo que pueda. Y sobre todo porque quiero que se sientan escuchados, que es algo que yo sentía que necesitaba cuando estaba en su etapa. Hacer esto, o sea, intentar que alguien que ya lo ha pasado. Y no es lo mismo estar con alguien que ya lo ha vivido te dé dos o tres pinceladas, que quizá te ayudan, quizá no, ¿eh?

27.- Emprender es una auténtica montaña rusa. ¿Podrías destacarme algún momento en el que hayas estado a punto de abandonarlo todo?

Exactamente no recuerdo momentos concretos, pero estoy seguro de que siempre hubo momentos malos. Siempre hay momentos difíciles, y creo que cuando empiezas una compañía, cada año tienes un día o una semana que se siente muy oscura. No recuerdo un momento específico en

particular, ni cómo me sentía exactamente en esos días. Creo que es importante quedarse con lo bueno. Cuando miro hacia atrás, trato de no recordar esos momentos difíciles, sino de aprender de ellos sin enfocarme en el mal rato. En los últimos cuatro o cinco años, me he quedado con los buenos momentos, dejando atrás los difíciles, como el valle de la muerte.

28.- ¿Crees que hubieras emprendido si hubiera vivido en otro entorno familiar económico y social?

Yo creo que sí, honestamente sí. No sé si en ese mismo momento, pero probablemente es algo que las personas llevan dentro; es casi una característica inherente a la forma de ser de cada uno. El deseo de emprender es más común, especialmente cuando eres joven. Quizá cuando ya eres más adulto y has trabajado en un sector durante 20 años, tiene sentido montar algo en tu sector porque lo ves muy claro. Pero cuando eres joven y sientes que no tienes ni idea de nada y aun así lo haces, es

porque hay algo en ti que te impulsa independientemente de la experiencia. Entonces, eso es lo que quiero decir.

Hay mucho debate del emprendedor si nace o se hace, y eso es verdad que los emprendedores jóvenes, creo que nacen emprendedores, y los que se hacen pues emprenden ya cuando ha estado trabajando por cuenta ajena durante muchos años, creo que podríamos considerarlos más "emprendedores que se hacen"

29.- ¿Cómo ha sido la reacción de tu familia cuando emprendiste?

Siempre de apoyo a lo que hacía. Creo que tener el apoyo de la familia es algo muy bueno en una aventura emprendedora.

30.- ¿Qué persona o acontecimiento te ayudó a decidirte con el tipo de negocio?

Había entrado en algunos círculos del sector de e-commerce y demás y siempre veía que lo más difícil cuando montabas un e-commerce era atraer clientes porque al final

tienes que llevar tráfico y la gente va a comprar un sitio que no conoce que no le da confianza, y es verdad que había muchos proyectos fracasados que la causa del fracaso era ese y hay muy pocas marcas en España que hayan creado su e-commerce propio que lo hayan escalado muy arriba, muy pocas, pero muy pocas entonces veía que Amazon te resolvía esa parte que Amazon ya te traía el tráfico, un tráfico cualificado que querías comprar, entonces al conocerlo dije me ayudó para decir que ese tipo de negocio podía tener sentido.

****

Estas nueve preguntas están extraídas de otras tantas que son las siguientes y que se han agrupado en las nueve que se acaban de exponer:

Cuéntanos un poco sobre tu vida fuera del negocio, ¿cómo te criaste, dónde?

¿En qué recomendaría formarse?

¿Cuánto apoyo ha recibido de su entorno para empezar el proyecto y cuanto de importante ha sido su formación?

¿Ha emprendido alguien en tu familia? ¿Tienes estudios para cubrir puestos tecnológicos?

¿Tienes influencia familiar en tu decisión de emprender?

¿Qué apoyos externos han sido más importantes: familia o la formación continua y estar al día?

¿Le apoyó, le sirvió, la familia?

¿Es importante una formación académica?

¿Te apoyaron?

¿Cómo empezó?

Si tuviste apoyo de tu entorno desde que te iniciaste

¿Qué habilidades consideras que son tus puntos fuertes debido a tu formación y experiencia?

¿Qué tanto se involucró la familia y que voces tuvo de la familia antes de empezar (apoyo moral y compromiso real o mejor no lo hagas)? ¿Qué conocimientos tenía del sector antes de empezar?

¿Si venías de un orfanato, crees que estarías ahora mismo en el mismo punto de tu vida?

¿Te has sentido apoyado por los amigos y familiares en momentos difíciles?

¿Qué ha sido fundamental en su educación para llegar dónde está?

¿Cuál ha sido la motivación para emprender, cómo ha sido la reacción de tu familia al emprender?

¿Tienes apoyo?

Si cree que ha influenciado en su determinación el entorno.

¿A qué se dedican tus padres?

¿Te sientes orgulloso de la formación que has recibido?

¿Qué campo académico dirías que es el más complementario a la hora de querer emprender?

¿Fueron esos factores clave a la hora de decidir emprender? ¿Cree que hubiera emprendido si no en otro entorno?

Así que estas preguntas son las que le interesan a la gente joven emprendedora y que preguntarían a otros jóvenes que facturan más de un millón de euros en lo que a entorno familiar, educación y formación se refiere.

5º BLOQUE: SOBRE LA CUALIFICACIÓN Y FORMACIÓN:

31.- ¿Qué formación tienes? ¿Es importante una formación académica concreta para emprender?

Yo estudié el bachillerato tecnológico y luego he estudiado Administración y Dirección de Empresa en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y ya acabé la carrera recientemente.

Yo no creo que haga falta una formación académica concreta, a ver, esto es como lo que dicen en YCombinator del yin y el yang. Yo creo que donde te falte a ti tienes que asociarte con alguien. Yo tengo la suerte de estar cerca de Antonio Faya y es que yo no soy una persona especialmente creativa. Y en el sentido más de marketing quizás puedo ser creativo en pensar soluciones pero si escuchas a Antonio que te dice que si en vez de poner un producto azul claro, lo pones un poquito azul más oscuro, el cliente va a sentir tal sensación es una cosa que

nunca habría pensado. Yo creo que igual para Antonio yo le complemente en otros aspectos, porque cada uno tiene sus fortalezas.

Si, por ejemplo, tienes una formación de ingeniero, intenta asociarte con alguien que sea muy bueno en la parte de negocio y ventas. Tu mérito estará en asociarte con alguien que sea tan bueno como tú pero en otra área que tú no dominas. Una vez escuché a David Troya decir que tienes que aprender un poco de todo y profundizar en una cosa. He intentado seguir ese consejo. Es verdad que hay campos en los que me he quedado atrás, como lo más técnico de ingeniería, producto e informática. Sin embargo, después de cinco años, he conseguido saber lo básico en casi todos los campos, excepto esos. Además, he intentado especializarme más en finanzas, estrategia y financiación.

32.- ¿En qué recomendarías formarse y cuánto de importante ha sido tu formación para emprender?

Pues me especializaría en algo que te guste y, a la misma vez, creas que eres capaz de generar un impacto en ese campo. En ADE, por ejemplo, si estudias mientras tienes una empresa, creo que esa formación te puede servir, pero en mi caso no fue lo que me impulsó a emprender. Ni la universidad ni la formación fueron la causa de que emprendiera, aunque después te ayudan a entender mejor el negocio que estás creando.

Hay mucha gente sin formación que es muy buena desarrollando una idea, pero luego se encuentra con problemas porque no sabe leer un balance o entender términos financieros. Son cosas que quizá deberían haber aprendido sobre la marcha. Quizá en el primer año no se dan cuenta, pero cuando la empresa empieza a crecer en el año tres, se nota la falta de formación. He visto esto y creo que es importante.

Recomendaría formarse en algo más general y transversal, y luego asociarse con alguien que tenga las habilidades que te

faltan o incluso contratar a alguien para cubrir esas áreas que no puedes asumir.

33.- ¿Qué habilidades consideras que son tus puntos fuertes debido a tu formación y experiencia?

Yo creo que ahora mismo mi punto fuerte es la estrategia y ejecución, y espero que lo siga siendo, ya que es en lo que me especializo en Pacerin. La parte más estratégica de decidir hacia dónde debe ir la empresa, hacia dónde debe ir el negocio, y detectar las oportunidades. Creo que la clave de un buen emprendedor es detectar esas oportunidades y luego saber cuál es el camino más eficiente para llevarlas a cabo.

Siendo una persona muy operativa, especialmente en el mundo del retail y comercio, donde todo gira en torno a las operaciones y la logística, me he especializado mucho con los años en estas áreas. Aunque esté más centrado en la estrategia, me encanta sumergirme en la logística y finanzas como

si fuera el día 1 y entender hasta el último detalle.

Antes de pasar al siguiente bloque de preguntas quiero incluir unos datos relativos a la formación emprendedora a la que considero es clave en todo el proceso del fomento del espíritu emprendedor en la Universidad.

El informe "Como emprenden los universitarios andaluces", cuadernos de la Fundación Persán publicado en 2023 y basado en el informe GUESSS 2018-2021 indican que la formación específica en emprendimiento es un factor clave para impulsar iniciativas con potencial.

En 2018, solo el 2% de los estudiantes reportaron estar participando en algún programa de formación especializada. Este porcentaje aumentó al 4,4% en 2021, indicando un crecimiento en la disponibilidad de cursos centrados en emprendimiento. Además, se observa un incremento en la formación obligatoria en este campo, con el

porcentaje de estudiantes que recibieron algún tipo de curso obligatorio pasando del 12,2% en 2018 al 14,4% en 2021.

Casi la mitad de los estudiantes (42,8%) afirman haber asistido a algún curso relacionado con el emprendimiento tanto en 2018 como en 2021. Estos datos están por encima del promedio nacional, pero ligeramente por debajo de los reportados por los países del estudio GUESSS.

En términos de apoyo institucional al espíritu emprendedor, las universidades en Andalucía reciben una evaluación positiva por parte de los estudiantes. En una escala Likert que va de 1 (mínimo) a 7 (máximo), son calificadas con un 4,1 tanto en 2018 como en 2021. Aunque esta valoración es ligeramente inferior al promedio de los países participantes en GUESSS (4,4 en ambos años), supera levemente la media nacional (2018: 4,1; 2021: 3,8). Este rendimiento posiciona a Andalucía en el segundo lugar del ranking por comunidades autónomas, solo detrás de Cantabria (4,2 en 2021).

6º BLOQUE: SOBRE LAS DIFICULTADES:

34.- ¿Cuál dirías que han sido tus mayores retos desarrollando el negocio?

Bueno, creo que todo el mundo podría decir que es la financiación. Financiación, encontrar gente dispuesta a la causa y conseguir ventas a nivel estable: crear un producto que la gente quiera a largo plazo. Es decir, que bueno, retos tuvimos en todas las áreas.

35.- ¿Qué dificultades has encontrado hasta llegar al punto en el que estás ahora?

Yo creo que en casi todas las áreas, pero especialmente en el mercado, la competencia. Aparte, bueno, siempre la búsqueda de financiación, la gestión de la tesorería, la gestión del equipo y luego, bueno, la gestión de proveedores. Es que es un poco general, que en todas las áreas encuentras dificultades cuando creas una empresa. Ninguna sale perfecta y en ninguna eres experto en un principio si emprendes joven.

36.- ¿Y cuál ha sido el problema más grande que has tenido hasta ahora?

No recuerdo uno muy concreto. Es que hemos tenido problemas en casi todas las áreas. Pero bueno, derivados de lo que es el negocio, de la gestión del negocio, pues siempre hay problemas de que un proveedor no fabrica como tú quieres tu producto.

Por resaltar un problema indicar la gestión del negocio. La subida de costes de materiales y materias primas. Creo que quizá, así, el peor momento, pues, creo que es 2021, quizá, con toda la subida de las materias primas, el comienzo de la inflación. Y el coste de los contenedores y demás. Fue un poco difícil para todo el mundo, no solo para nosotros. Pero sí, creo que ese fue un poco el punto difícil hasta ahora.

37.- ¿Cuáles son tus mejores aliados en los malos momentos?

El equipo. Siempre he intentado que salgamos adelante juntos y, junto con Antonio, hemos abordado los problemas de manera

cercana y colaborativa. Tener claro que cualquier problema se va a resolver es fundamental. A veces, incluso dedicábamos los fines de semana a pensar y darle vueltas a las soluciones, y para el domingo por la noche ya teníamos una respuesta. En resumen, mis mejores aliados han sido mi cofundador y el equipo.

38.- ¿Cuál es la mejor forma de afrontar las dificultades que has comentado anteriormente?

A mí me gusta mucho una frase de Scaloni, el seleccionador de Argentina, en una rueda de prensa. Un periodista le preguntó: "Oye, ¿qué pasa si perdéis contra el siguiente partido del Mundial?" Y él respondió: "Pues mira, si perdemos mañana, te aseguro que saldrá el sol al día siguiente." Creo que esa mentalidad es buena porque el día siempre vence a la noche. Parece muy filosófico, pero es verdad: el día siempre sale y tienes una nueva oportunidad de resolver los problemas. Hay que dar gracias a Dios de que todo sigue adelante y que los errores no te

cuesten la vida, figurativamente hablando. Con esa mentalidad, hemos intentado afrontar los desafíos.

39.- ¿Es verdad que el emprendedor no tiene vida? ¿Su proyecto es su vida?

Pues yo he pasado por muchas reflexiones o pensamientos sobre eso y creo que no es verdad. Sí, pero al final te lo tienes que tomar como algo más que un trabajo, más que un trabajo por cuenta ajena. Creo que las películas como la de Facebook han hecho mucho daño. En ellas, se muestra gente conectada y trabajando 18 horas al día, y eso ha creado una imagen dañina. Creo que hay que tomárselo en serio y dedicarle muchas horas, pero también hay muchos emprendedores muy buenos que no trabajan más de 8 horas al día y desconectan todo el fin de semana. Piensan que su proyecto es obviamente una parte importante de su vida, pero no lo es todo. Entonces, creo que no es verdad que debas sacrificar todo por tu negocio. Obviamente, es a lo que más tiempo y energía dedicas, pero a largo

plazo, no tener vida personal no es sostenible ni saludable mentalmente.

40.- ¿Qué te ha permitido seguir adelante después de los golpes?

La mentalidad de seguir siempre adelante. De pensar que al día siguiente hay una oportunidad de solucionarlo y bueno, llegas a la oficina y ves al equipo motivado. Es como la motivación para decir, oye, esto lo tengo que sacar adelante.

41.- He sabido que una de las mayores dificultades económicas que se presentan a la hora de emprender es hacerte cargo de tu propia seguridad social, así como los costes laborales, y es un tema de mucha actualidad siempre. ¿Las nuevas tarifas y escaladas lo ves una solución adecuada o faltaría más cambio en todo lo que responde? ¿Qué te ha permitido hacer? ¿Qué te ha permitido hacer respecto a la seguridad social en España?

Hacen falta cambios profundos, pero probablemente no sea yo la persona para hablar

de eso. Es obvio que pensar que solamente bonificar el autónomo solucionará todos los problemas es una mentalidad estrecha y limitada. Creo que es importante, pero es solo el punto de partida. Luego, tenemos el problema de que una empresa pequeña paga un 35% de seguridad social sobre el salario de su trabajador, lo cual no tiene sentido. Esto se convierte en una carga muy pesada para las empresas, dificultando aún más la contratación. ¿Por qué en Estados Unidos se crean tantas buenas empresas? Porque no tienen tanta rigidez laboral y los costes son menores. En España, a veces pienso que es increíble lo bien que vamos a pesar de las barreras que enfrentamos. Si logramos crear un ecosistema laboral más dinámico y favorable, el potencial de crecimiento sería enorme.

****

Estas ocho preguntas están extraídas de otras tantas que son las siguientes y que se han agrupado en las ocho que se acaban de exponer:

¿Cuáles dirías que han sido tus mayores retos desarrollando el negocio?

¿Cómo afronta las malas rachas tanto del negocio como psicológicas?

¿Cuál fue la mejor forma de afrontarlas?

¿Cuál es vuestro mayor reto para que esta empresa sea un éxito? ¿Tenéis el suficiente tiempo libre para llevar a cabo esta idea?

¿Qué dificultades has encontrado hasta llegar al punto en el que estás ahora?

¿Cuáles son tus mejores aliados en los malos momentos?

Hubo muchas, sirvió y por qué siguió

¿Cuáles son las principales barreras de entrada? Limitaciones...

¿Cuál ha sido el problema más grande que has tenido?

¿Cómo solventarlas?

¿Cómo te has enfrentado a situaciones difíciles en el pasado y cómo las has superado?

¿Cómo sabes cuándo hay que redefinir una estrategia? ¿Cómo gestionar la creatividad? Algunos consejos para ser creativo en los momentos difíciles y sobre todo cómo sacar la creatividad cuando todo parece ir bien.

¿Es verdad que el emprendedor no tiene vida? ¿Su proyecto es su vida?

¿Qué motivación le ha llevado a no desistir?

¿Cómo afrontó las situaciones adversas y cómo aplicó las enseñanzas?

¿Qué te ha permitido seguir adelante después de los golpes?

¿Qué retos has superado en tu vida? ¿Cómo?

¿Qué dificultad te empujo al éxito?

¿Cuál consideras que es el mejor estado de maduración de una tecnología para lanzarlo al mercado?

¿Qué fue lo que más te costó solucionar en tu empresa?

Es sabido que una de las mayores dificultades económicas que se pueden presentar a la hora de emprender es hacerte cargo de tu propia seguridad social (cuota de autónomo) es de tema de actualidad las nuevas tarifas y escaladas, ¿lo ve una solución adecuada? ¿O harían falta más cambios?

¿Cómo las supera?

¿Tienes algún método para superar las dificultades que te van apareciendo?

Así que estas preguntas son las que le interesan a la gente joven emprendedora y que preguntarían a otros jóvenes que facturan más de un millón de euros en lo que a sus dificultades se refiere.

7º BLOQUE: SOBRE LOS LOGROS:

42.- De los logros, describe tu mayor logro y como lo conseguiste.

Bueno, yo creo que el mayor logro ha sido, obviamente, que una gran empresa como Frigicoll quiera adquirir lo que cuando tenía 19 años creé desde la casa de mis padres. Y no solo adquirir sino que formemos parte de su grupo empresarial y lideremos un área de responsabilidad. Es una apuesta seria por parte de ellos hacia una empresa tan joven como la nuestra, con solo 4 años de existencia. El hecho de que confíen tanto en Antonio como en mí para ocupar un puesto tan alto creo que es nuestro mayor logro.

En cuanto a cómo lo conseguimos, no lo sé con certeza. Supongo que haciendo las cosas bien. Un año después, intenté pararme a entender por qué eligieron nuestra empresa en lugar de las otras diez que podrían haber comprado. Creo que siempre nos han percibido como personas transparentes, principalmente porque no teníamos muchos intereses ocultos, más allá de hacer crecer nuestra empresa y trabajar duro. Cuando la gente ve esa transparencia, es difícil no confiar en ella en el mundo empresarial, donde es difícil encontrar personas dignas de confianza. Creo que este es el mayor logro, y es bastante gratificante responder a eso porque creo que es lo más importante.

43.- ¿En qué momento te das cuenta que tu día o proyecto puede llegar a tener una relevancia importante?

Creo que... más o menos en mayo de 2020… estuvimos en el primer año, 2019, arrancábamos, quizá el modelo de negocio, el producto no encontraba encaje. Y llega el COVID, cambiamos un poco la manera de

funcionar, cambiamos el producto. Y, obviamente, alentados porque todo el mundo estaba en su casa y tenía que comprar online. Ahí nos dimos cuenta, tuvimos un pico de ventas y dijimos "esto tiene sentido". A partir de ahí, fue cuando nos decidimos a escalar la compañía.

****

Estas dos preguntas están extraídas de otras tantas que son las siguientes y que se han agrupado en las cinco que se acaban de exponer:

Si bien todos nos vamos poniendo metas para ir cumpliéndolas poco a poco, dime 3 metas que hayas cumplido, que hayan sido un antes y un después para ti.

De cual se siente más orgulloso y por qué ¿Cuál fue la clave para conseguirlas?

¿Cómo has llegado hasta ese logro? ¿Cómo pretendías llegar hasta ese logro?

Describe tu mayor logro y cómo lo conseguiste.

¿Tuviste que ceder y adaptarte mucho para alcanzar el mejor resultado para alcanzar el éxito?

¿Cuáles hubo y a qué edad?

¿Cómo podemos emprender y no morir en el intento?

¿Cuál es tu mayor logro?

¿Qué se siente?

¿Cómo crees que tus logros anteriores te han ayudado a crecer y desarrollarte como persona o profesional?

¿A quién le daría las gracias por el consejo preciso en el momento adecuado y cuál fue ese consejo que los demás pudiéramos tener en cuenta?

¿Cuál fue el logro de tu vida que más te costó (esfuerzos, sacrificar relaciones...)?

¿Cuáles son sus mayores aprendizajes?

¿Cómo los ha disfrutado y no le ha afectado porque se le suban a la cabeza?

¿Cuál ha sido tu mayor logro no reconocido?

¿Qué has aprendido de tus fallos? ¿Y de tus logros?

¿Qué logro te ha costado más conseguir?

¿Te sientes orgulloso? ¿Podrías hacer algo más?

En qué momento te das cuenta que tu idea o proyecto llega a tener una relevancia importante

¿Se los propone o llegan más inesperados?

¿Qué es lo que más te motiva de tus logros? ¿El dinero que ganas con el negocio? ¿El convertir en realidad una idea?

****

¿Alguna pregunta más con valor?

Verse dentro de 5, 10 y 20 años es clave. Pero creo que hay que preguntarse a uno mismo y responderse a uno mismo con sinceridad. Creo que es un ejercicio muy importante tanto a nivel personal como en los negocios.

Cuando hablo con algún emprendedor aquí en Sevilla o con algún amigo y le pregunto si debería tomar un camino u otro, y me responde: “Nos ofrecen esto, este fondo...”, la pregunta que le hago es: ¿Qué quieres hacer en los próximos 3/5 años? ¿Qué quieres crear? ¿Dónde quieres estar? Porque muchas veces estamos tan inmersos en el día

a día que no nos detenemos a pensar detenidamente que es lo que queremos. Nos lanzamos con ese inversor o con esa financiación, pero eso no necesariamente es adecuado para todos. El camino del capital riesgo no es el ideal para todos, aunque para algunos sí lo sea y haya sido su vía al éxito empresarial. El financiamiento bancario tampoco es la solución ideal para todos, aunque para otros haya sido su vía al éxito. El camino de crear una empresa con una gran cantidad de empleados quizás no sea la mejor opción para muchos negocios; puede que para algunos sea mejor tener un negocio con solo 3 personas, con una estructura mínima. Por eso, la pregunta que suelo hacer a mucha gente es: ¿Realmente qué es lo que quieres? ¿Qué es lo que deseas? Hay que encontrar el product-market-fit, pero también el founder-company-fit.

****

Y otras preguntas que plantearon los jóvenes y que he intentado agrupar en estas más de cuarenta preguntas y que son más

generales y con interés para conocer mucho mejor a estos emprendedores con alto valor.

Imagino has tardado varios años en llegar a esta facturación, ¿cómo has aguantado el resto de años hasta llegar a lo que has llegado?

¿Has intentado lo que haces a día de hoy anteriormente?

Emprender es una auténtica montaña rusa, ¿podrías destacarme algún momento en el que hayas estado a punto de abandonarlo todo?

¿Cuáles son las tres cosas que le han llevado donde le han llevado? ¿Conocimiento, actitud, habilidades, formación, contactos, persistencia?

¿Qué recomendarías a tu yo del pasado?

¿Cuál fue la metodología de trabajo que has llevado a cabo?

¿Cómo conseguiste tus primeros clientes?

¿Cómo te mantuviste en la ola para seguir creciendo?

¿Qué cambiarías del pasado?

Tiempo que dedica, como se le ocurrió si anima a seguir

¿Cuál es el capital inicial que uno debe tener para emprender?

¿Cómo lo ha hecho?

¿Cómo equilibras tu vida personal y profesional con una carga de trabajo tan exigente?

¿Cuáles son los miedos que antes no tenía y ahora sí? ¿Cómo conciliar la vida en los inicios, mucho trabajo y poco presupuesto, y tiempo para la vida diaria? ¿Cuál es el plan si todo sale bien y cuál es el plan b si todo sale mal después de la experiencia y el conocimiento a cuestas?

De 1 a 100, ¿Cómo evaluarías el factor de la suerte en emprendimiento?

¿Qué te llevó a tener la idea de negocio?

¿Qué papel tendría la IA en tu nueva aventura?

Una vez que alcanzas una facturación tan grande, ¿crees que se pierde el interés por emprender? Es decir, una vez alcanzado el éxito ¿el espíritu emprendedor desaparece?

¿Hasta dónde estás dispuesto a llegar?

¿Cómo te ves en 5, 10 y 20 años?

¿De dónde sacaste la idea?

¿Si tienes un socio tecnológico, cómo lo has encontrado?

¿Cómo lidias con el síndrome del impostor?

¿Qué acciones tomas desde tu compañía para frenar los efectos de la crisis climática?

¿Cómo harías para ayudar a otras personas a conseguir lo mismo que tú?

¿Piensa seguir con el negocio, iniciar otros nuevos o vender y retirarse para vivir de las rentas?

SECRETOS A VOCES. CONCLUSIONES

No solo puedo extraer conclusiones de esta esclarecedora entrevista con Manu Monterrubio, sino que también hay una serie de secretos y consejos valiosos provenientes de un conjunto de jóvenes emprendedores talentosos. Aunque muchos de estos consejos ya son conocidos, vale la pena resaltarlos.

Una de las primeras conclusiones o secretos a voces es que las ideas de negocio surgen de las propias experiencias personales de los emprendedores. Recuerdo muchas ocasiones en las que he asistido a talleres de emprendimiento, innovación o capacitación, donde siempre hay una diapositiva que dice: "Haz de tu pasión tu profesión". No cabe duda de que aquello que apasiona a una persona le sirve para desarrollar ideas de negocio.

He apoyado a personas a buscar financiación, como Juan López Gil, amante del arte marcial Jiu Jitsu y que actualmente se dedica como profesional videógrafo de deportistas de ese deporte. Destacar a personas apasionadas por las fiestas populares, quienes han puesto en valor vendiendo productos

vinculados con estas festividades, incluso con la Semana Santa. Un ejemplo es Juan Carlos Ramos Picchi y Javier Ayala Diosdado con su empresa Pepe Pinreles y sus famosas Holy Cards, para los que fui asesor artístico de la sección de Sevilla. Otro ejemplo es Antonio Donaire, quien dejó su carrera jurídica tras trabajar en compañías aseguradoras y bancarias para montar una productora audiovisual porque su pasión es el arte y el cine, lo que le llevó a dirigir y producir cortometrajes como "Sonata" con menciones en Cannes, así como largometrajes y documentales. En el caso de Antonio Cardenal que vimos en anterior entrevista, es él mismo quien nos ha dicho que le gusta la hostelería y eso le llevó a cofundar Qamarero.

Según el informe GEM a nivel nacional, podemos observar la principal motivación de las personas emprendedoras nacientes. Aunque en la mayoría de los casos y en los últimos años, el porcentaje de personas que emprendían debido a la escasez de trabajo superaba el setenta por ciento, en 2023 solo el cincuenta y siete por ciento de las personas que están comenzando a emprender lo hacen por

esta razón, es decir, con el objetivo del autoempleo. Este es un leve indicativo, aunque basado solo en un año, de que el emprendimiento por necesidad ha disminuido.

La referencia a la experiencia viene dada por dos vías: la pasión y el gusto de cada emprendedor al emprender, por un lado, y la experiencia laboral como tal, por otro. Una de las conclusiones alineadas con esto es que los emprendedores que crean su primera empresa sin haber tenido experiencia en el mercado enfrentan muchas más dificultades. Por eso es fundamental conocer bien el mercado, incluso si tu trabajo es por cuenta ajena, ya que esto te permite entender a los clientes, cómo funcionan los proveedores, cómo se llega a ellos, en qué falla la competencia, cómo se crean los equipos de trabajo y muchas cosas más que se adquieren con la experiencia.

Así que ya sea por la experiencia laboral como por la experiencia personal por tus gustos y pasiones son una fuente de creación de empresas y una de las formas que te lleva al emprendimiento.

La segunda principal conclusión es que si quieres llegar lejos debes emprender acompañado. Es cierto que el gran volumen de empresas en España son empresas unipersonales, el clásico autónomo supone el 57% del total de empresas en España, son casi 1,8 millones de empresarios individuales respecto del 3,2 millones del total de empresas en España. Hay que señalar que la comunidad autónoma de Andalucía es la segunda de España en número de empresas tras la comunidad autónoma de Cataluña según los últimos datos del INE (2024). Y es que si queremos crecer y crear una gran compañía debe haber un equipo complementario donde haya personas referentes en marketing digital, otras en tecnología y otras en diseño y producción. Es lógico que no sabremos de toda y cada una de las parcelas.

Tercera conclusión. El que la sigue la consigue. En la anterior entrevista vimos el tercer emprendimiento de Antonio Cardenal Cofunder de Qamarero. Y pese a la juventud de muchos de ellos y aun siendo jóvenes son personas con mucha capacidad de captar recursos emprender y caer y volver a actuar. En 2021 el

South Summit que es uno de los eventos top nacional de starutps e innovación donde hay una conexión nacional del mundo innovador y tecnológico de España lanzó un informe que acreditaba que el 60% de los emprendedores habían emprendido varias veces. Hay que tener muy en cuenta que dichos datos se extraen de un evento donde los emprendedores por necesidad que buscan más el autoempleo son minoritarios respecto a emprendedores con mayor talento tecnológico que ven en las startups grandes oportunidades de negocio.

La cuarta conclusión o secreto a voces es la perseverancia, la constancia y como suelo denominar que esto de emprender es para personas muy "jartibles". Este adjetivo que la Real Academia de la Lengua aún no ha incorporado y que no dudo en que deberá incorporarlo para aquellas personas con mucha capacidad de sacrificio, esfuerzo. Y lo veo tan claro que los emprendedores jóvenes que llegan lejos son por su perseverancia e incansable afán de progresar y no rendirse. Las famosas Entrecomp europeas en el apartado de la competencia de búsqueda de recursos lo deja claro: Motivación y perseverancia. Mantener

el foco y no rendirse, ser paciente en el proceso de conseguir los objetivos y resiliente bajo presión o fracasos puntuales.

El quinto secreto a voces es que la inteligencia artificial nos va a transformar y que hay mercado en dicha tecnología. No sabemos hasta qué punto y desde cuándo pero es para hoy, para ya. No soy tecnólogo y me voy adaptando según aprendo de los emprendedores, pero no hace falta leer mucho las tendencias de Gartner como para saber que nos va a transformar la forma de relacionarnos y los mercados. ¡La IA está aquí ya!

Sexto secreto. Este secreto sí que se recomienda que sea a voces, y es que suele ser un error de las primeras experiencias emprendedoras de jóvenes el no contar mucho la idea de negocio no vaya a ser que se la copien. Pues todo lo contrario, hay que contarla y cuantas más personas mejor. Aunque para ser riguroso hay que contársela a tu segmento de cliente. Y para concretar aún más y si no sabemos por dónde empezar Miguel Macias en su camino para innovar nos da una herramienta útil como es la matriz de

concreción de cliente. Debemos empezar a validar y empezar a preguntar por si nuestra solución tiene sentido en aquellos grupos de personas que para los emprendedores sean accesibles, que haya un tamaño de mercado relevante y que realmente sea deseable. Sobre el concepto de deseable podemos afinar si efectivamente ese segmento de clientes está insatisfecho con lo que ofrece el mercado, si hay una frecuencia de uso constante y alta y si hay intensidad. Sobre la intensidad nos evoca al dolor si es mayor o menor que en otros segmentos de clientes y es que está claro que cuando a una persona le "duele" algo pagará con más alegría. En la perseverancia recuerdo a la emprendedora Pilar Olmedo CEO de Pantala Team que junto con Francisco Sánchez en sus inicios se llegaron a presentar hasta en tres ocasiones con la misma idea y hasta el tercer año no llegaron a ganar el concurso dentro de la Universidad Pablo de Olavide siendo un proyecto vinculado con la economía circular y la moda y que llego incluso acelerarse en Lanzadera.

Séptimo secreto: En las fases preseed inversores "haberlos haylos"...pero haber quien

lo encuentra. Emprendedores que emprendan por primera vez y que con un power point le vendan el proyecto a inversores es más de película que real, al menos en España. Si es verdad que se dan casos excepcionales y los que he visto han sido por el motivo principal de tener un buen equipo. Además, señalar que la tendencia de 2023 y 2024 es muy a la baja en la inversión en Startups. Y es que El Referente indica que cae un 50% respecto al año anterior. En 2023 hubo un acumulado de la inversión en España de algo más de 1.525 millones de euros invertidos en un total de 332 operaciones públicas en startups, lo que supone una bajada de la inversión de más del 50% respecto a 2022.

Como amante de la historia y el buen vino no debo de dejar de pasar dos grandes inversores de emprendedores como fueron Isabel la Católica y el Tío Pepe.

Isabel I de Castilla fue una pionera en la inversión en emprendedores, concretamente en la figura de Cristóbal Colón, donde demostró su capacidad para reconocer oportunidades con potencial transformador. Y tan

transformador ya que llevó el humanismo y los valores hispanos a una tierra donde jamás pensamos que se podría llegar. Su legado como inversora visionaria sigue siendo un ejemplo inspirador en la historia de las inversiones estratégicas y el apoyo a emprendedores. La inversión de Isabel no solo proporcionó los recursos necesarios para la expedición, sino que también demostró su disposición a asumir grandes riesgos. El encuentro con América fue un hito que transformó la historia global del mundo y marcó el comienzo de la era de exploración europea por ese nuevo continente.

Y la historia del famoso Tío Pepe, un gran mentor e inversor. Este vino es probablemente uno de los mejores del mundo en términos de calidad y precio, muchas veces no somos conscientes de la importancia que tiene a nivel de negocio, marca e historia los vinos del marco de Jerez. Y en particular este famoso José María Ángel y Vargas (conocido como Tío Pepe), financió y mentorizó al emprendedor de 23 años Manuel María González Ángel de la famosa bodega González Byass. Incluso le cedió una parte de la bodega

y las botas de la solera fundacional, lo que contribuyó significativamente al éxito y la reputación de la marca.

Otro secreto que es muy difícil aplicar es que para llegar a cifras grandes de negocio, de facturación y crecimiento hay que desarrollar un modelo de negocio escalable y para ello la tecnología es clave. Esta octava conclusión parece sencilla pero no lo es, sino la mayoría de los emprendedores optarían por esta vía cuando es totalmente residual. Según el portal más riguroso en materia de Startups como es el Referente en España hay 3.640 startups, casi 19.500 empleos y 929 millones de facturación. Ello supone que el número de Startups, y por ende proyectos escalables, es muy ínfimo en número de empresas. Hay muchos trabajadores autónomos que optan por la vía de autoempleo generando incluso otro puesto de trabajo por tener a una persona contratada que aporta mucho valor al mercado y que en ningún caso se plantean el crecimiento ni la escalabilidad. Cerca de mi casa está Bocatas Manolo, empresario y con una persona contratada que abre solo por las mañanas y su mes de vacaciones en agosto. Y

haciendo bocadillos, pues no es ni escalable, ni tecnológico, pero a buen seguro tiene una magnífica propuesta de valor y un segmento de clientes claro.

El último secreto a voces que quiero trasladar es que las personas emprendedoras de éxito y con mucho talento son personas tremendamente generosas, serviciales y con ganas de ayudar a otros emprendedores que quieren emprender. Veo amor en lo que hacen, cómo lo hacen y lo que les motiva y su propósito. Manu Monterrubio es un ejemplo de ello. Lo he visto en muchas ocasiones y es constante que dichas personas me digan que, pese a su ajetreada vida de ejecutivo joven, si les necesito para ayudar a otros emprendedores a dar alguna charla inspiradora, a ponerles en contacto con otros agentes están dispuestos. Son personas buenas con ganas de ayudar al prójimo. El talento y la bondad van unidas y a la mente me viene las palabras de San Juan Pablo II a los jóvenes en Chile en 1987: ¡El Amor siempre vence!... el amor siempre triunfa.

El mayor secreto de los emprendedores para triunfar por tanto es el Amor.

En Chiclana de la Frontera a 25 de julio de 2024 festividad de Santiago, Patrón de España.

BIBLIOGRAFÍA:

Blanck S. & Dorf F. (2013). El Manual del Emprendedor. Guia paso a paso para crear una gran empresa.

"Calvo, N.; Fernández-Laviada, A.; Monje-Amor, A. & Atrio, Y. (2024). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2023-

2024. Ed. Universidad de Cantabria. DOI: https://doi.org/10.22429/Euc2024.000"

Cinco Días. (2022, 26 de julio). Emprendimiento entre los jóvenes universitarios. El País. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/07/26/emprendedores/1658816709_420251.html

El Referente. (2024, 22 de enero). La inversión en startups cae un 50% y el año 2023 cierra con 1.525 millones de euros invertidos en 332 operaciones. https://elreferente.es/actualidad/la-inversion-en-startups-cae-un-50-y-el-ano-2023-cierra-con-1-525-millones-de-euros-invertidos-en-332-operacio-nes/#:~:text=El%20a%C3%B1o%202023%20cierra%20con%20un%20acumulado%20de%20la%20inversi%C3%B3n,del%2050%25%20respecto%20a%202022

Gonzalez, I. (2020, 13 enero) Andalucía Económica presenta la 'XVI Encuesta sobre Vocación

Emprendedora en Andalucía' https://andaluciaeconomica.com/andalucia-economica-presenta-la-xvi-encuesta-sobre-vocacion-emprendedora-en-andalucia/

INE Instituto Nacional de Estadistica (2024). https://www.ine.es/

Informe 2023 Microbank. Microbank, financiación con impacto social. https://www.microbank.com/deployedfiles/mbk/Estaticos/PDF/informes-anuales/es/informe-anual.pdf

Informe Adecco Jovenes emprendedores 2015. https://www.adeccogroup.com/es-es/-/media/project/Adecco%20Group/Adecco-Group/spain%20content/2015%20Press%20Releases/2015/661.pdf

Informe e2 Perspectivas de los alumnos de enseñanzas medias sobre empleabilidad futura y mercado de trabajo (2024), edición 13ª. Fundación Cámara Sevilla, Campus Cámara Comercio Sevilla y la Fabrica Sevilla. https://camaradesevilla.com/2024/06/05/informe-e-2024-empleabilidad-futura-y-mercado-de-trabajo/

Instituto Nacional de Estadistica (2024), notas de prensa DIRCE. https://www.ine.es/prensa/dirce_2023.pdf

Macias M. (2017). El Camino para innovar. Editorial Deusto.

Ruiz N., Diánez P. y Franco N. (2023) Como emprenden los universitarios andaluces. Elección de carreras. Creación de empresas. Guesss 2018-2021

Sousa E. y Pizarro I. (2021). Informe GUESSS ESPAÑA 2021 El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Informe GUESSS-HEINNOVATE Universidad Pablo de Olavide 2021 El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios y de la Universidad.

South Summit Innovation is business, mapa del emprendimiento (2021). https://www.ceoe.es/sites/ceoe-corporativo/files/content/file/2021/10/08/110/mapa_emprendimiento_2021.pdf

Tio Pepe. (s.f.). Historia. https://www.tiopepe.com/es-es/historia

Unión Europea. Comisión Europea (2024). https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/glossary/entrecomp.html

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (2022). https://www.upo.es/upo_opencms/opencms/Galerias/Descargas/InfoEstudiantes/Notas-de-corte_-UPO-2021-22.pdf