Más de 100 ideas para innovar en Jaén

I Premio de Emprendedores de la Universidad de Jaén 2008

Universidad de Jaén

geolit
Parque Científico - Tecnológico

MAS DE 100 IDEAS PARA INNOVAR EN JAÉN
I Premio de Emprendedores de la Universidad de Jaén 2008

Sumario //

- Saluda del Rector // 4
- Saluda del Presidente de Geolit // 5
- Presentación // 6
- Bases del Concurso // 7
- Acta I Premio de Emprendedores de la UJA // 11
- **Modalidad I.** Banco de Ideas // 14
- **Modalidad II.** Realidad Empresarial // 96
- **Modalidad III.** Ideas basadas en el Conocimiento // 116
- Relación de todos los participantes // 126

Este libro ha sido promovido por:

Universidad de Jaén

geolit Parque Científico - Tecnológico

Con la colaboración de Fundación Red Andalucía Emprende y Cámara de Linares

Junta de Andalucía Fundación Red Andalucía Emprende
Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa

Cámara Linares

Con el apoyo de:

activajaén tu compromiso

Saluda del Rector de la Universidad de Jaén

La Universidad de Jaén, consciente de la nueva misión que tiene en materia de emprendimiento, está desarrollando un conjunto de actividades encaminadas a la información, motivación y asesoramiento de futuros emprendedores.

Este libro es el resultado de una de esas actividades la, "Convocatoria del I PREMIO DE EMPRENDEDORES", que ha desarrollado la Universidad de Jaén, a través de los Vicerrectorados de Estudiantes e Inserción Laboral, y de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, en colaboración con el Consejo Social de la Universidad de Jaén, la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) y la Cámara de Comercio de Linares.

Entre las tres modalidades convocadas, "Modalidad I: Banco de Ideas FACSOC-Emprende", "Modalidad II: Realidad Empresarial" y "Modalidad III: Ideas de Negocio Basadas en el Conocimiento", se recibieron un total de 156 proyectos a concurso. Este magnífico resultado no se ha dado en ninguna edición de premios de emprendedores convocados por universidades españolas. Tal fue la calidad de los proyectos presentados que, en varias de las modalidades, el jurado optó por conceder, además, varios accésits a los trabajos presentados.

Este libro pretende ser un reflejo de las ideas sobre posibles negocios que se aportaron en dicho certamen y que legitiman que la cultura emprendedora es posible generarla entre el colectivo universitario con una adecuada política de comunicación, motivación y asesoramiento.

Desde estas líneas quiero volver a felicitar a los/as ganadores/as de la primera convocatoria, aunque en mi opinión, todos ganaron pero también todos ganamos. El objetivo era despertar el espíritu emprendedor y conseguir que una gran cantidad de personas pudieran plantearse que generar su propio negocio es una de las opciones a valorar a la hora de acceder al mercado laboral y el objetivo se consiguió con creces.

Finalmente, quisiera agradecer a todas las entidades que han participado en la convocatoria del premio su participación, así como a GEOLIT, Parque Científico y Tecnológico, que ha tenido la idea de inmortalizarlas en esta publicación.

Manuel Parras Rosa
Rector
Universidad de Jaén

Saluda del Presidente Ejecutivo de Geolit, Parque Científico y Tecnológico

Los parques tecnológicos son un punto de encuentro, en el que convergen quienes investigan, quienes enseñan, quienes se forman, quienes crean, quienes asesoran y quienes tienen dinero para invertir. Y por supuesto quienes emprenden.

Los emprendedores jugarán un papel clave en Geolit, que les brindará no sólo interesantes posibilidades de instalación, sino sobre todo un amplio abanico de posibilidades de relaciones, sinergias… en suma, de consolidación y crecimiento.

Un botón de muestra de cómo trabajará Geolit en materia de emprendedores es este libro, en el que se han recogido las más de un centenar de ideas presentadas al I Premio Emprendedores, convocado por la Universidad de Jaén en colaboración con el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial, la Cámara de Comercio de Linares y la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

Estoy convencido de que esta iniciativa, además de evidenciar la verdadera fotografía de una juventud jiennense dinámica, emprendedora y con ganas, tendrá la virtud de facilitar el conocimiento de todas estas ideas empresariales entre empresarios y posibles inversores, cumpliendo así con el firme propósito de Geolit de poner en contacto a todos los agentes que intervienen en el proceso de innovación, y favorecer la cultura emprendedora y la creación de nuevas empresas basadas en el conocimiento.

Porque lo que distingue a los parques tecnológicos como elemento nuclear del sistema de innovación es precisamente su capacidad para reunir muchos factores e ingredientes que articulan y potencian las relaciones entre todos los actores claves de la innovación: desde la universidad y otras instituciones de educación superior hasta las empresas y el sector financiero, pasando por centros de investigación y entidades dedicadas a la transferencia tecnológica o a la incubación de nuevos proyectos empresariales.

Felipe López
Presidente Ejecutivo
Geolit, Parque Científico y Tecnológico

Presentación

El I Premio de Emprendedores de la Universidad de Jaén surgió como una idea para dar respuesta a la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los estudiantes, titulados/as de la Universidad de Jaén y miembros de la comunidad universitaria.

La iniciativa, que comenzó a fraguarse en el seno de la Universidad a través de los Vicerrectorados de Estudiantes e Inserción Laboral, y de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (OTRI), el Consejo Social de la Universidad de Jaén y la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, pronto contó con el respaldo de instituciones tan prestigiosas y representativas como el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), la Cámara de Comercio de Linares y la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

El resultado de todos estos esfuerzos conjuntos se tradujo en un concurso pionero en Jaén, capaz de estimular ideas emprendedoras, originales e innovadoras en el ámbito docente. No en vano, el concurso contó con una gran aceptación, con la participación de casi 200 alumnos que han presentado más de 150 proyectos.

El presente libro, promovido por Geolit, recoge la información básica de 105 de los 156 trabajos presentados a estos premios, así como una relación final con el enunciado de todos los proyectos participantes y los datos de contacto de sus autores

Para materializar los objetivos del I Premio de Emprendedores se crearon tres modalidades: Modalidad I (FACSOC-Emprende). Banco de Ideas; Modalidad II. Realidad Empresarial y Modalidad III. Ideas de negocio basadas en el conocimiento, cada una de ellas con unos propósitos y requisitos específicos.

Tanto las ideas de negocio como las realidades empresariales fueron valoradas por el Jurado según su originalidad y carácter innovador; la pertenencia a los sectores y actividades consideradas de futuro y estratégicas para el desarrollo económico y con gran potencial de crecimiento; el nivel de conocimiento del mercado y el nivel de madurez y calidad de la idea.

En cuanto a las ideas de negocio basadas en el conocimiento, se valoró la multidisciplinariedad; la novedad del producto, servicio o proceso; el potencial de crecimiento del mercado al cual se dirigiría; la formación y experiencia del equipo promotor aplicable al proyecto empresarial y el grado de conocimiento del mercado.

El presente libro, promovido por Geolit, recoge la información básica de 105 de los 156 trabajos presentados a estos premios, así como una relación final con el enunciado de todos los proyectos participantes y los datos de contacto de sus autores.

La selección de estos 105 trabajos no ha obedecido a otro criterio que el interés de los propios autores por participar en esta publicación. De hecho, han sido los propios autores de los trabajos los que, sobre una ficha y una extensión máxima estándar, han aportado la información que consideraban más relevante de su proyecto empresarial.

Bases del Concurso

La Universidad de Jaén, a través de los Vicerrectorados de Estudiantes e Inserción Laboral, y de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (OTRI), el Consejo Social de la Universidad de Jaén, la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, en colaboración con el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), la Delegación Provincial de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa y la Cámara de Comercio de Linares convocan el 1 PREMIO DE EMPRENDEDORES.

La iniciativa que convocó la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas durante el año 2007, bajo el nombre FACSOC-Emprende, se integra en la primera modalidad de esta convocatoria.

El principal objetivo de esta iniciativa es fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los estudiantes, titulados/as de la Universidad de Jaén y miembros de la comunidad universitaria.

Así, se establece la Convocatoria del I PREMIO DE EMPRENDEDORES en tres modalidades:

MODALIDAD I. BANCO DE IDEAS (FACSOC-Emprende)
MODALIDAD II. REALIDAD EMPRESARIAL
MUDAI IDAD III. IDEAS DE NEGOCIO BASADAS EN EL CONOCIMIENTO

Las bases del I PREMIO DE EMPRENDEDORES, en cada una de sus tres modalidades, se establecen a continuación.

Modalidad I. Banco de Ideas (Facsoc-Emprende)

El principal objetivo de esta iniciativa es fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los/as estudiantes y titulados/as de la Universidad de Jaén.

Requisitos:

a) De los participantes
Podrán participar, individualmente o en grupo, estudiantes matriculados en la Universidad de Jaén en titulaciones oficíales y titulados/as que hayan finalizado sus estudios en la Universidad de Jaén.

b) De las Ideas de Negocio
Se podrá presentar cualquier idea de negocio en la que se pueda sustentar una actividad económica de cualquier ámbito.

Presentación de solicitudes y plazos

La participación en el concurso se hará mediante la presentación de la solicitud de inscripción, que contendrá una breve descripción de la idea de negocio con una extensión máxima de 10 páginas en A4, incluidos gráficos, fotografías, etc. Esta descripción se ajustará, en todo caso, a los apartados contenidos en el formulario de inscripción, que se encuentra a su disposición en la dirección web: www.ujaen.es/serv/vicest

La documentación se presentará, debidamente fumada, bien en el Registro General de la Universidad de Jaén, situado en el edificio del Rectorado (BI) del Campus Universitario de “Las Lagunillas”, bien en el Negociado de Información y Registro de la Escuela Politécnica Superior de Linares. Los proyectos presentados colectivamente se firmarán por cada uno de los miembros, pero bajo un solo nombre que agrupe a todos los integrantes del colectivo.

El plazo de presentación de solicitudes terminará el 16 de octubre de 2008 a las 14 horas.

Criterios de Selección

Las ideas de negocio serán valoradas por el Jurado según los siguientes criterios:
1º. Originalidad y carácter innovador de la idea.
2º. Pertenencia a los sectores y actividades consideradas de futuro y estratégicas para el desarrollo económico y con gran potencial de crecimiento.

3º. Nivel de conocimiento del mercado.
4º. Nivel de madurez y calidad de la idea.

Premios

Se otorgarán tres premios:
- PRIMER PREMIO: Trofeo, 2,000 euros en metálico y un ordenador portátil.
- SEGUNDO PREMIO: Trofeo y un ordenador portátil.
- TERCER PREMIO: Trofeo

Más Información:
Servicio de Atención y Ayudas al Estudiante
Campus las Lagunillas, s/n. Edificio c-2. Bachiller Pérez de Moya. 23071 Jaén.
www.ujaen.es/serv/sayae
joruiz@ujaen.es
Telf: 953212192 y Fax: 953212199

Modalidad II. Realidad Empresarial

El principal objetivo de esta iniciativa es fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los/as estudiantes y titulados/as de la Universidad de Jaén. Distinguimos aquí la implantación de las mejores empresas.

A efectos de esta Convocatoria, entendemos por "realidad empresarial" a empresas realmente constituidas, cualquiera que sea su forma jurídica y actividad económica desarrollada, así como a los/as empresarios/as individuales ya establecidos.

Requisitos:

a) De los participantes
Podrán participar, individualmente o en grupo, estudiantes matriculados en la Universidad de Jaén en titulaciones oficiales y titulados/as que hayan finalizado sus estudios en la Universidad de Jaén. Si el quipo promotor se presenta como grupo, al menos, un integrante pertenecerá a uno de los colectivos antes mencionados.

b) De la Realidad Empresarial
Se podrá presentar cualquier realidad empresarial en el que se pueda sustentar una actividad económica de cualquier ámbito.

Presentación de las solicitudes y plazo

La participación en el concurso de hará mediante la presentación de la solicitud de inscripción en este concurso, que contendrá una memoria explicativa de la realidad empresarial. Esta descripción se ajustará, en todo caso, a los apartados contenidos en el formulario de inscripción, que se encuentra a su disposición en la dirección web: www.ujaen.es/serv/vicest/

La documentación se presentará, debidamente firmada, bien en el Registro General de la Universidad de Jaén, situado en el edificio del Rectorado (BI) del Campus Universitario de "Las Lagunillas", bien en el Negociado de Información y Registro de la Escuela Politécnica Superior de Linares. Los proyectos presentados colectivamente se firmarán por cada uno de los miembros, pero bajo un solo nombre que agrupe a todos los integrantes del colectivo.

El plazo de presentación de solicitudes terminará el 16 de octubre de 2008, a las 14 horas.

Criterios de Selección

Las realidades empresariales serán valoradas por el Jurado según los siguientes criterios:

1º. Originalidad y carácter innovador de la realidad empresarial.
2º. Pertenencia a los sectores y actividades consideradas de futuro y estratégicos para el desarrollo económico y con gran potencial de crecimiento.
3º. Nivel de conocimiento del mercado.
4º. Nivel de madurez y calidad de la realidad empresarial.

Premios

Se otorgarán tres premios:
- PRIMER PREMIO: Trofeo y 3.000 euros en metálico
- SEGUNDO PREMIO: Trofeo y un ordenador portátil
- TERCER PREMIO: Trofeo

Más Información:

Servicio de Atención y Ayudas al Estudiante
Campus las Lagunillas, s/n. Edificio c-2. Bachiller Pérez de Moya. 23071 Jaén.
www.ujaen.es/serv/sayae
joruiz@ujaen.es
Telf: 953212192 y Fax: 953212199

Modalidad III. Ideas de Negociobasadas en el Conocimiento

El principal objetivo de esta iniciativa es fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte del personal investigador, personal investigador en formación, personal de administración y servicios, estudiantes de tercer ciclo y titulados de la Universidad de Jaén.

Las empresas basadas en el conocimiento son negocios que fundamentan su actividad en la explotación de nuevas tecnologías, en la I+D+i, así como en la puesta en valor de iniciativas culturales o creativas. Con su creación contribuimos a la diversificación del tejido productivo de nuestra provincia.

Requisitos:

a) De los participantes

Podrán participar individualmente o en grupo personas que pertenezcan a alguno de los siguientes colectivos de la Universidad de Jaén: personal investigador, personal investigador en formación, personal de administración y servicios, egresados y estudiantes de tercer ciclo, que tengan espíritu emprendedor. Si se trata de un grupo de personas, al menos, una de ellas pertenecerá a uno de los colectivos antes mencionados.

b) De las Ideas de Negocio

La idea de negocio fundamentará su actividad en la explotación de nuevas tecnologías, así como en la puesta en valor de la investigación el desarrollo y la innovación, así como las iniciativas culturales o creativas. Ésta, ha de ser innovadora y estar basada en conocimiento o en resultados de investigación.

Presentación de solicitudes y plazos

Para participar en el concurso será necesario rellenar el formulario de solicitud que está disponible en la página Web de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación, (en adelante. OTRI): www.ujaen.es/serv/otri

La documentación se presentará, debidamente firmada, bien en el Registro General de la Universidad de Jaén, situado en el edificio de Rectorado (B1) del Campus Universitario de “Las Lagunillas”, bien en el Negociado de Información y

Registro de la Escuela Politécnica Superior de Linares. Ésta debe ir dirigida a la OTRI indicando claramente: I PREMIO DE EMPRENDEDORES. MODALIDAD III. IDEAS DE NEGOCIO BASADAS EN EL CONOCIMIENTO

Los proyectos presentados colectivamente se firmarán por cada uno de los miembros, pero bajo un solo nombre que agrupe a todos los integrantes del colectivo.

El plazo de presentación de solicitudes terminará el 16 de octubre de 2008, a las 14 horas.

Documentación

- Formulario de inscripción
- Memoria explicativa de la idea y/o proyecto
- Currículum Vitae de los promotores

El jurado tendrá en cuenta para la selección de proyectos los siguientes criterios:
- Multidisciplinariedad, cuando se trate de grupos.
- Novedad del producto, servicio o proceso.
- Potencial de crecimiento del mercado al cual se dirigiría.
- Formación y experiencia del equipo promotor aplicable al proyecto empresarial.
- Grado de conocimiento del mercado.

Premios

Se otorgarán tres premios:
- PRIMER PREMIO Trofeo y 3.000 euros.
- SEGUNDO PREMIO Trofeo y un ordenador portátil.
- TERCER PREMIO Trofeo.

Las mejores ideas tendrán prioridad en el acceso a acciones formativas sobre creación y consolidación de empresas que se impartan en la Universidad.

La OTRI prestará asesoramiento a los promotores para acceder a recursos formativos y programas específicos de ayuda para la elaboración y maduración de planes de empresa.

Más información:
Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI)
Campus las Lagunillas, s/n. Edificio B-1. Rectorado. 23071 Jaén.
www.ujaen.es/serv/otri
evictori@ujaen.es
Telf: 953213321 y Fax: 953213029

La participación en el concurso supone la aceptación, por parte de los con-cursantes, de las condiciones establecidas en estas bases. El fallo del Jurado se producirá durante la celebración de la II Feria del Emprendedor Universitario de Jaén. La resolución del Jurado será inapelable, pudiendo ser declarado desierto el premio en cualquiera de sus modalidades

Acta I Premio de Emprendedores de la Universidad de Jaén

Identificación de la sesión

Fecha: 12 de noviembre de 2008
Hora: 11:00 horas
Lugar: Sala de juntas, Edificio Rectorado. Campus de las Lagunillas, Jaén

Asistentes

- Adoración Mozas Moral, Vicerrectora de Estudiantes e Inserción Laboral, de la Universidad de Jaén.
- María de los Ángeles Peinado Herreros, Vicerrectora de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, de la Universidad de Jaén.
- Manuel Anguita Peragón, Secretario del Consejo Social de la Universidad de Jaén.
- Silvia Llamas Gutiérrez, responsable Técnica de la escuela de Empresas de Linares, de la Red Fundación Andalucía Emprende.
- Ana María Montes Merino, Directora del Secretariado de Prácticas en Empresas, Emprendedores y Empleo, de la Universidad de Jaén.
- María Isabel Ortega Díaz, Vicedecana de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, de la Universidad de Jaén.
- Caty Santamaría Martínez, de la Unidad de Creación de Empresas de la Confederación de Empresarios de Jaén.
- Pedro Jesús Pérez Higueras, Director de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación, de la Universidad de Jaén.
- Eva López Victoria, Técnico de Empresas de Base Tecnológica de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación, de la Universidad de Jaén.
- Agustín Vázquez Cees, miembro del Comité Ejecutivo de la Cámara oficial de Comercio e Industria de Linares.
- José María Navarro Luque, Director Provincial de Jaén de Faecta.
- David Calles García, Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Jaén.
- Fernando Valverde Peña, Jefe del Servicio de Atención y Ayudas al Estudiante, de la Universidad de Jaén.

Orden del día

1. Estudio y resolución de los proyectos presentados a las tres modalidades del I premio de emprendedores de la Universidad de Jaén.
2. Ruegos y preguntas.

Desarrollo de la sesión

Adoración Mozas Moral, presidenta de la Comisión de Selección de las modalidades I Banco de Ideas (FACSOC-Emprende) y II Realidad Empresarial, da la bienvenida a los miembros de la Comisión de Selección, les agradece su colaboración y a continuación les indica que se va a proceder a analizar los proyectos presentados a cada una de las tres modalidades, en el siguiente orden: Banco de Ideas (FACSOC-Emprende); Realidad Empresarial; e Ideas de Negocio Basadas en el conocimiento.

Ana Montes Merino, miembro de la Comisión de Selección, informa al resto de miembros que se han presentado 127 proyectos a la modalidad I Banco de Ideas (FACSOC-Emprende). Asimismo recuerda que el objetivo de esta modalidad, según figura en las bases de la convocatoria, es “fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los/as estudiantes y titulados/as de la Universidad de Jaén”. Por último, indica que para su valoración se han de tener en cuenta exclusivamente los criterios establecidos en las bases del concurso:

- Originalidad y carácter innovador de la idea.
- Pertenencia a los sectores y actividades consideradas de futuro y estratégicas para el desarrollo económico y con gran potencial de crecimiento.
- Nivel de conocimiento del mercado.
- Nivel de madurez y calidad de la idea.

A continuación se procede al estudio de cada uno de los proyectos, aplicando los criterios señalados. Por unanimidad, de los participantes, resulta la siguiente valoración:

- Primer premio: Proyecto "OIL-BRIK", presentado por Piedad María Limón Villarejo.
- Segundo premio: Proyecto "TECNO-ESPACIO", presentado por María José Vargas Gómez y Beatriz Díaz Flores.
- Tercer premio: Proyecto "INGENIO SALUD", presentado por María Jesús Moreno Cámara.

La Comisión, por unanimidad, acuerda hacer constar tanto la elevada participación de los/as estudiantes y titulados/as de la Universidad de Jaén en esta modalidad como la calidad de los proyectos presentados, decidiendo otorgar los siguientes accésits, sin establecer ningún orden de prelación entre ellos:

- Proyecto "TECNORED", presentado por Luz Aragón Serrano.
- Proyecto "ENERGANIC S. L.", presentado por Gema Oliver Gómez
- Proyecto "INFLORJAÉN", presentado por Nuria González Cobaleda.
- Proyecto "HAPTHAI, VISITAS ADAPTADAS S. L.", presentado por José María Mesbailer Navarro y José Antonio Crespo García.

Tras un breve descanso de diez minutos la Comisión comienza el estudio de los proyectos presentados a la modalidad II Realidad Empresarial. Ana Montes Merino informa que se han presentado 18 proyectos, que el objetivo de esta modalidad, explicitado en las bases de la convocatoria, es "fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los/as estudiantes y titulados/as de la Universidad de Jaén, distinguiéndose la implantación de las mejores ideas"; y que los criterios para su valoración son los establecidos en las bases de la convocatoria:

- Originalidad y carácter innovador de la realidad empresarial.
- Pertenencia a los sectores y actividades consideradas de futuro y estratégicas para el desarrollo económico y con gran potencial de crecimiento.
- Nivel de conocimiento del mercado.
- Nivel de madurez y calidad de la realidad empresarial.

Tras el estudio de cada uno de los proyectos, la Comisión, por unanimidad, decide otorgar la siguiente valoración:

- Primer premio: Proyecto "INDESAT AVSTS", presentado por Fernando Martínez Padilla, Luis Linares Domene y Francisco Fernández Herrera.
- Segundo premio: Proyecto "ARCHIVALIA SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA", presentado por María Lucía Latorre Cano, Gema Cobo Hervás, Marina Sánchez Ortega y Salomé Lendínez Ramírez.
- Tercer premio: Proyecto "DESARROLLOS TECNOLÓGICOS INTELEC", presentado por Antonio Ruano Quesada.

Unánimemente la Comisión desea hacer constar la calidad de los proyectos presentados y otorga los siguientes accésits, sin orden de prelación entre ellos:

- Proyecto "OLEO-CATA XAUEN. S.L.L.", presentado por María Isabel Simón Ocaña.
- Proyecto "AKANTO-DISEÑO Y GESTIÓN DE MUSEOS", presentado por Carlos Javier Fernández Rodríguez

Por último, para el estudio de los proyectos presentados a la tercera modalidad: Ideas de Negocio Basadas en el Conocimiento, se incorporan los miembros siguientes: María de los Ángeles Peinado Herreros, como presidenta y los vocales: Pedro Jesús Pérez Higueras y Eva López Victoria. Pedro Jesús Pérez Higueras indica que se han presentado 11 proyectos a esta modalidad, cuyo objetivo es "fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte del personal investigador, personal investigador en formación, personal de administración y servicios, estudiantes de tercer ciclo y titulados de la Universidad de Jaén" y que para su valoración se han de tener en cuenta exclusivamente los criterios señalados en las bases de la convocatoria:

- Multidisciplinariedad, cuando se trate de grupos.
- Novedad del producto, servicio o proceso.
- Potencial de crecimiento del mercado al cual se dirigiría.
- Formación y experiencia del equipo promotor aplicable al proyecto empresarial.
- Grado de conocimiento del mercado.

A continuación se procede al estudio de cada uno de los proyectos, otorgando el tribunal por unanimidad la siguiente valoración:

- Primer premio: Proyecto "EMPRESA DE BASE BIOTECNOLÓGICA PARA LA OBTENCIÓN DE COLORANTES NATURALES", presentado por Ruperto Bermejo Román.
- Segundo premio: Proyecto "EFITECH", presentado por Blas Ogáyar Fernández y Juana María Pérez Marín.
- Tercer premio: Proyecto "FEROPLAGA SISTEMAS ECOLÓGICOS S. L.", presentado por Santiago Sans Rivas.

Finalizado el primer punto del orden del día se pasa al siguiente.

Ruegos y preguntas

Se establece una ronda de participación de los miembros de la Comisión para que opinen sobre la valoración general del I Premio de Emprendedores y se acuerda lo siguiente:

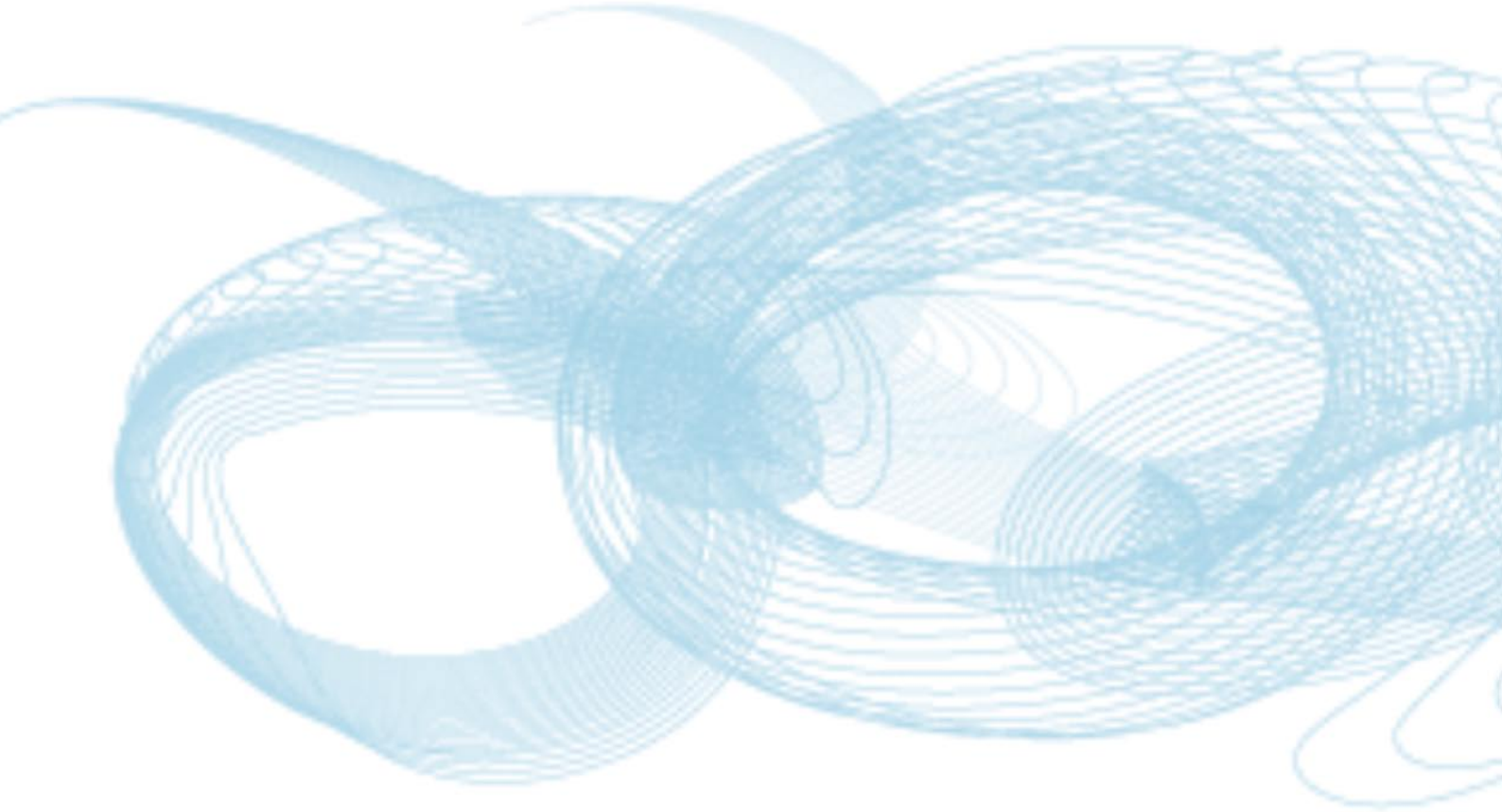
- Hacer constar la importante participación en todas las modalidades del premio, especialmente en la primera: Banco de Ideas (FACSOC-Emprende), así como el elevado nivel de calidad de los proyectos presentados en todas las modalidades.
- Como consecuencia de lo anterior se acuerda que se entregue a todos los participantes un diploma acreditativo, así como que se establezca comunicación con ellos al objeto de felicitarles por su participación y animarles en el desarrollo de las ideas expresadas en sus proyectos.

Sin más que tratar, a las 15:35 horas, se da por finalizada la sesión, de la cual extiendo este acta.

Fernando Valverde Peña
Secretario de la Comisión de Selección

Adoración Mozas Moral
Presidenta de la Comisión de Selección de las modalidades I y II

María de los Ángeles Peinado Herreros
Presidenta de la Comisión de Selección de la modalidad III



Modalidad I. Banco de Ideas

1º Premio

Oil Brik

Piedad María Limón Villarejo

Tel. 617 76 80 32
E-mail: pidilv@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Jaén es el mayor productor de aceite de oliva de España y, sin embargo, tiene un gran problema a la hora de la comercialización del aceite. Por eso surgió la idea de un nuevo formato más alegre, divertido y novedoso, para intentar paliar este gran problema que se tiene en la provincia desde siempre. La empresa OIL-BRIK pretende crear un formato diferente y novedoso para la comercialización del aceite de oliva, simulando el formato en el que se presentan productos como la miel o el ketchup. Este formato es ideal para conservar las propiedades del aceite, es fácil de manipular y evita de esta manera goteos y derrames innecesarios. Se pueden crear diferentes modelos en función de las necesidades del consumidor. La misión es conseguir la introducción satisfactoria del producto en nuevos mercados, es decir: internacionalizar el aceite de oliva más aún en un formato diferente.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Esta empresa tiene 2 líneas de negocio fundamentales:

1. Respecto a la solidificación del aceite de oliva podemos contar con la ayuda del Centro Tecnológico Agroalimentario de Extremadura (CTAEX), ubicado en la población pacense de Guadiana del Caudillo, que es pionero en texturizar el aceite de oliva para diversificar su comercialización en forma de lonchas y perlas, con el fin de diversificar el uso y consumo de este ingrediente. La empresa OIL-BRIK puede colaborar con los técnicos de este centro de investigación en la comercialización de su producto presentándolo en nuevos formatos, que posibiliten a su vez nuevos usos en la cocina y captar nuevos consumidores.

2. La segunda línea de negocio incluiría el envase en forma de brick, con un dosificador como el de la miel que proporciona una utilización más limpia del aceite.

Por otra parte, para la creación de este formato novedoso es importante que nuestra empresa tenga una buena orientación hacia el cliente y un claro perfil comercial, y a su vez cuente con sensibilidad gastronómica. La actividad que se desarrolla en este tipo de negocio es la venta de productos gastronómicos selectos, caracterizados por su alta calidad y autenticidad. El ámbito de actuación de la empresa será tanto a nivel nacional como internacional.

3 Mercado: clientes y competencia

Una ventaja de esta empresa frente a sus competidores es la introducción de formatos que no tiene la competencia. La característica que diferencia este producto de la competencia se basa en la utilidad, sus funciones, la apariencia. El público objetivo de éste será muy amplio. En concreto se pretende captar, en un primer momento, a un consumidor de renta media preocupado por la calidad en la alimentación, sensible a las innovaciones gastronómicas, que valore la comodidad de uso de un producto y el criterio estético. Con la implantación paulatina del producto, se podrá acceder a otros segmentos de mercado más amplios.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Los objetivos fundamentales que se persiguen con la creación, fabricación y comercialización de este novedoso envase son:

- Favorecer la comodidad de todo el mundo a la hora de utilizar el aceite de oliva
- Mejorar la imagen en la mesa.
- Aportar un toque de estilo y distinción.
- Innovar.

Este proyecto recoge una idea innovadora, la comercialización del aceite de oliva en formatos novedosos que ayuden a introducir el producto en mercados del entorno europeo y produzcan un aumento del consumo nacional. La empresa OIL-BRIK deberá desarrollar todo el diseño del envase a partir de los detalles proporcionados en este documento.

Tecno-Espacio

Mª José Vargas Gómez
Beatriz Díaz Flores

Paseo Molino de Viento 23ª, bajo A.
23200 La Carolina (Jaén).
Tlf. 699 522 697
E-mail: mj.vargas@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

En este proyecto se describe la creación de un establecimiento dedicado a la comercialización y prestación de servicios al por menor de productos relacionados con personas con algún tipo de minusvalía.
La idea de negocio de esta empresa es la de ofrecer al mercado productos y servicios que permitan a las personas con discapacidad una mejora en su calidad de vida e integración en la sociedad; en pocas palabras: hacerles la vida mucho más fácil.
Nuestro proyecto aglutina todos los servicios susceptibles de ser demandados por este colectivo, desde elementos ortopédicos de última tecnología hasta embellecimiento de aparatos utilizados por el mismo, pasando por las actividades de cuidado y adaptación del hogar y lugares de trabajo. Todo ello prestando gran atención a las especiales características de cada cliente para lograr la plena satisfacción de sus necesidades.
Para ello, se elaborarán tres líneas de negocio que abarcan un campo más amplio de posibilidades para las personas que no pueden llevar a cabo una vida plena con las barreras aún existentes en la sociedad actual.

- Una de las líneas más novedosas por la tecnología que conlleva es la aplicación de utensilios domóticos en los hogares y lugares de trabajo.
- Otra línea de trabajo será aplicar las últimas tendencias en moda a los objetos que utilizan algunos minusválidos, tales como sillas de ruedas.
- La última línea de trabajo es la de adaptar los objetos y muebles a las necesidades de cada persona.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

En términos generales, se seguirán las siguientes líneas de negocio:

- Adaptación del espacio: tanto en edificios públicos (hoteles, bares, restaurantes...) como en el ámbito privado (vivienda…).
- Amplio surtido de productos relacionados con la domótica y la ortopedia en general. Cuidar el surtido de los productos según la edad o las características del cliente.
- Mobiliario adaptado y con un cuidado diseño.
- Elección de proveedores: Es muy importante elegir detenidamente a los proveedores, que permitan ofrecer una gama amplia de productos y de calidad.

Hay que poner especial atención a que los productos suministrados por los proveedores están debidamente homologados con la marca CE.

3 Mercado: clientes y competencia

El segmento de mercado a que nos vamos a dirigir el colectivo de los discapacitados.
La discapacidad se considera como una dependencia severa y grave y afecta a más de 1.125.000 personas.
Para gestionar de forma adecuada una tienda destinada a las personas discapacitadas es necesario conseguir la máxima satisfacción del consumidor con el servicio para que depositen su confianza en el establecimiento y en el profesional que está a su cargo.
El objetivo principal es lograr la fidelización de la clientela, que confíen en el personal y les agrade el trato que se les da.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

En este Plan de Empresa, se aportan las innovaciones que a continuación presentamos:
1º Integración en una misma empresa de todos los productos y servicios para las personas con discapacidad.
2º Mejora sustancial en el bienestar de las personas discapacitadas.
3º Se incorpora un nuevo diseño a los productos demandados por los clientes.
4º La seguridad es otra asignatura pendiente.

3º Premio

IngenioSalud S.L.

María Jesús Moreno Cámara

c/ Albacete, nº 19
23600 Martos (Jaén)
Tlf. 637 950 460
E-mail: mariajesus_mc@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Será una empresa que unirá tanto el ingenio como la salud para la realización de sus productos. Con el objetivo de conseguir la máxima efectividad y eficacia de los mismos, éstos serán llevados a cabo bajo el seguimiento de los estudios de investigación pertinentes, para así conseguir satisfacer todas aquellas necesidades que la población presenta desarrollando estos proyectos en un futuro. El primer producto que oferta nuestra empresa será una fiambrera especial. Con el fin de fomentar una alimentación más saludable fuera de casa en nuestra sociedad. El ritmo de vida actual en ocasiones impide comer en el hogar, por lo que una opción saludable y económica es llevarse la comida de casa en fiambreras. Juega un papel decisivo a la hora de elegir el lugar donde comer el aspecto económico y la atracción de los alimentos. Y es por eso por lo que los lugares de comida rápida incrementan su número de usuarios, siendo esto un riesgo para la salud de los mismos. Esta empresa se presenta con el nombre de "IngenioSalud S.L." y los tres principios en los que se basará son: salud, ingenio y economía.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El innovador y práctico producto que ofrecemos se conocerá con el nombre de "Calentató". Se trata de una especie de fiambrera, pero con un diseño más exclusivo, efectivo y especial, que nos permitirá transportar nuestros alimentos y calentarlos directamente en cualquier lugar donde estemos.

Calentató de IngenioSalud S.L. ofrece las siguientes características:

- Calienta comida con autonomía: geográfica, eléctrica, de espacio y tiempo.
- Señales acústicas y visuales que avisan al finalizar el ciclo de calentamiento.
- Parada automática al finalizar dicho ciclo.
- Calienta de manera suave y uniforme.

3 Mercado: clientes y competencia

Esta empresa pretende abordar un mercado no tan sólo nacional sino internacional. Según ELPAIS.com SERVIMEDIA Madrid 25/11/2007: "Un estudio elaborado por la Federación de Usuarios-Consumidores Independientes concluye que comer fuera de casa supone a final de mes un coste de 204 euros de media. Seis de cada diez españoles comen fuera de casa al no disponer de tiempo suficiente".

Esta fiambrera se hará imprescindible para universitarios que comen fuera de casa; trabajadores que no pueden regresar a sus hogares para comer; familias que por motivos de viaje no disponen de instalaciones para calentar su comida, etc. En fin, según como nuestra sociedad está estructurada y al estrés al que estamos sometidos cada día, necesitaremos disponer de un Calentató si queremos cuidar de nuestra salud.

No hay fiambreras con semejantes características a las de nuestro Calentató; sin embargo todas las demás fiambreras suponen una competencia en cierta medida para nosotros ya que, en los centros de trabajo y estudios, se suelen habilitar salas especiales con microondas y nevera para calentar y conservar las comidas que llegan hasta allí en las fiambreras antes mencionadas.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

IngenioSalud S.L. nace con una perspectiva innovadora, creativa, joven y con fines saludables adaptados a la necesidad de la población. Aunque algunas empresas hayan trabajado en la creación de utensilios de almacenamiento de comida, ninguna de éstas ha diseñado un modelo tan innovador como el nuestro. No existe empresa alguna que tenga tanto en cuenta la ingeniería adaptada a la salud como la nuestra.

Energanic S.L.

Gema Oliver Gómez

c/ Carretera de la Sierra Burunchel
23479 Jaén
Tlf. 630 534 444
E-mail: gema_jambo@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea del proyecto ENERGANIC SL consiste en la implantación de una planta de valorización energética de residuos orgánicos, con el fin de aprovechar la energía procedente de los desechos orgánicos.
El producto que se desarrolla en la empresa ENERGANIC S.L. estaría hecho a base de basura orgánica. Estos residuos orgánicos se dejan secar durante un periodo de tiempo para después compactarlos creando una especie de "barritas" con un tamaño de 15 cm de largo por 5 de ancho. En este formato se comercializan a otras empresas las cuales gracias a su combustión obtienen energía. Este material recibe el nombre de pellet orgánico.
Las calderas necesarias para llevar a cabo la combustión serían las mismas calderas utilizadas para la biomasa con unas ligeras variaciones, cuyo coste de adaptación correría a cargo de nuestra empresa. Además, las calderas de gasoil también pueden ser adaptadas para la combustión de este material.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El producto de las actividades de la empresa ENERGANIC S.L. está fabricado a base de restos de materia orgánica procedentes de los residuos urbanos, secados y compactados en unidades individuales que se dispondrían en el interior de envases que serían de distinta capacidad para así satisfacer las necesidades de los distintos usuarios.
Para llevar a cabo este proceso de fabricación, en primer lugar será necesaria la recogida de los residuos orgánicos urbanos o la negociación con la empresa de recogida de dichos residuos para que nos los proporcione.
Estos restos de basura podrían ir acompañados de otros residuos que no nos interesan para la producción del pellet orgánico. Por tanto, habría que separar la materia orgánica de otro tipo de basura que nos podamos encontrar.
A continuación, se llevará a cabo el secado de la materia orgánica mediante su extensión en grandes placas de metal dispuestas de rejillas que permitirían un secado más rápido.
Sería necesario pulverizar la materia orgánica cuando se encuentre en este punto del proceso productivo con algún tipo de sustancia insecticida para evitar el desarrollo de insectos, pero que fuese respetuoso con el medio ambiente y que no afectase a los tratamientos posteriores.
Además, el secado se debe llevar a cabo en un lugar cubierto, aunque con suficiente ventilación, para evitar así que determinados animales puedan acceder al lugar como podrían ser aves o pequeños mamíferos (ratas, ratones,…).
El proceso continúa con la compactación de los residuos orgánicos ya secados para formar el pellet orgánico. Dicha compactación se llevará a cabo mediante una maquinaria adecuada y especializada en esta función.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado de la empresa ENERGANIC va a estar dirigido fundamentalmente al segmento de las empresas, sobre todo a las de carácter industrial.
Para la consecución de estos objetivos son necesarios agentes que instrumentalicen esta evolución. Y, dentro de este objetivo, son las empresas las que pueden y deben desempeñar un papel fundamental como instrumentos para la implementación de nuevos proyectos que den respuesta a los problemas ambientales y sociales.
El producto de la empresa ENERGANIC está destinado sobre todo a las empresas, con la posibilidad de poder adaptar las calderas de gasoil o de biomasa que se utilizan en los hogares para producir energía a partir del pellet orgánico.
Es importante destacar la creciente preocupación de los empresarios, que serían nuestros clientes más directos, por cumplir la legislación medioambiental, reducir costes de energía, responsabilidad social y ser un ejemplo en lo que respecta al cuidado del entorno.
Los principales competidores de nuestra empresa serían las empresas de valorización energética de biomasa.

Accésit

Hapthai Visitas Adaptadas S.L.

José Maria Mesbailer Navarro
José Antonio Crespo García

Tlf. 661 316 902 / 687 864 049
Web: www.hapthai.com
E-mail: info@hapthai.com

1 Descripción de la idea de negocio

Los propósitos de esta empresa pueden sintetizarse en varias aspiraciones fundamentales, principalmente hacer de Jaén un estandarte de referencia nacional en los servicios turísticos en el contexto social de la población discapacitada o con necesidades especiales, para lo cual hemos de estudiar, planificar, gestionar y llevar a cabo distintos proyectos de fomento de actividades culturales y sociales para el sector objeto. Las herramientas principales de las que nos valemos son personal especializado y la implementación de aplicaciones preparadas de las nuevas tecnologías.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Ofrecer en Jaén un servicio integral para personas con discapacidad de manera que estas personas no tengan que ocuparse de ningún aspecto organizativo, sino que empleen su esfuerzo en disfrutar de las actividades propuestas.

- Por un lado, Hapthai va a contar con una serie de visitas que oferta a las distintas asociaciones, fundaciones, etc., preparadas por un equipo de profesionales y plenamente adaptadas a cada tipo de discapacidad. Serán visitas urbanas y culturales para que las personas que padecen algún tipo de discapacidad puedan relacionarse con la cultura y el medio ambiente sin mayores problemas y limitaciones que los que ellos mismos se pongan. El contacto con la naturaleza juega un papel muy importante en nuestro proyecto, dada la especial importancia del medio ambiente en terapias para algunos tipos de discapacidad como el autismo, o el simple hecho de disfrutar en uno de los múltiples parajes naturales que ofrece el interior de la provincia de Jaén.
- Por otro lado, contactar con toda la gente interesada en las visitas para, en la medida de lo posible, organizar visitas a la carta.

Nuestra idea, y de la que partimos de base, es que tanto la gente pueda visitar su tierra, conocer y comprender su patrimonio a la vez que la gente de fuera pueda conocer las excelencias del paraíso interior en el que vivimos y del que nos sentimos tan orgullosos: Jaén.

3 Mercado: clientes y competencia

Perfil del cliente: edad indiferente, sectorizado por nivel cultural y/o interés específico y según el tipo y grado de discapacidad.
Idiomas: castellano, lenguaje de signos.
Competencia: no existe.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- En cuanto a las nuevas tecnologías: 1.- Para las personas que tengan deficiencias auditivas no existen sustitutivos de las audio-guías con las que cuentan los museos y monumentos. La herramienta de trabajo será una PDA que constará de los siguientes recursos: • Pantalla táctil de interfaz intuitivo con enlaces y macros que faciliten la navegación.• Sistemas embebidos de GPS y bluetooth preconfigurados que actúen de manera transparente para el usuario. **2.-** Impresiones tridimensionales: Para los colectivos con deficiencias visuales se pretende actualizar el material cultural aportado en las visitas turísticas, a las ya existentes tarjetas braille y plantas en relieve se unirían las impresiones en 3D.
- Visitas: se van a desarrollar de una manera especial, pues se han preparado de una manera pensando en cada tipo de discapacidad.
- Sistema de financiación: el método que vamos a aplicar consiste en que nosotros mismos nos vamos a encargar de que las asociaciones no tengan que pagar las visitas. Vamos a gestionar las ayudas y subvenciones para que esas asociaciones puedan hacerse cargo de costear las visitas y que no supongan un gasto económico para ellas.

InflorJaén

Nuria González Cobaleda

c/ Dieciocho de Julio, nº 15.
23006 Jaén.
Tlf. 953 223 293 / Móvil: 678 263 368
E-mail: nuriagc@ozu.es

1 Descripción de la idea de negocio

La idea empresarial tendría como base un programa informático utilizado para un famoso juego llamado"Los Sims".
El comercio elegido sería una floristería, a la que se podría acudir de forma virtual, realizar la elección de las flores, así como la realización de nuestros propios ramos de flores, centros de mesa y la recreación de espacios para el diseño y colocación de las distintas plantas y flores, creando una sensación lo más real posible. Las ventajas para los clientes serían: 1.- Poder observar e informarse sobre las plantas y flores sin tener que desplazarse. 2.- Ahorro de tiempo y costes de desplazamiento, puesto que la página estaría disponible las 24 horas del día. 3.- Creación de nuestras propias combinaciones de flores y decoración de los lugares.
Ventajas para la empresa: 1.- Ahorro de costes de mantenimiento de las plantas. 2.-Evitar costes de mantenimiento de stocks. 3.- Costes de creación de la empresa reducidos. 4.- En estos momentos no existen empresas de este tipo.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Un catálogo donde se encuentran todos los tipos de flores, junto con plantillas de centros de mesa y ramos de flores.
- Un foro de consulta donde se encontrarán profesionales de la jardinería para resolver cualquier duda vía e-mail.
- Decorar nuestros propios lugares de forma personal, con la recreación de estos espacios personales.
- El coste del envío dependerá o irá en función del lugar de destino.
- Una forma original de regalar una flor o un ramo de flores.

3 Mercado: clientes y competencia

InflorJaén estaría dirigida a: 1. Personas que quieran manifestar un sentimiento de agradecimiento. 2.- Organizaciones que buscan el mantenimiento de las relaciones profesionales con sus clientes o proveedores. 3.- Personas que quieran decorar su espacio de forma personal. 4.- Personas con creatividad, que deseen crear su propio ramo de flores para una boda. 5.- Personas con poco tiempo para acudir a una floristería. 6.- Existen empresas virtuales que envían ramos de flores a domicilio o páginas donde solamente se pueden enviar flores vía Internet.
En Jaén existe una floristería virtual en Tanatorio Ciudad De Jaén. Esta floristería virtual sólo se dedica a enviar flores a domicilio, ramos de flores ya creados.
Si nos centramos en nuestra otra opción de mostrar consejos útiles para la jardinería podemos observar que se encuentran las empresas Infojardín, ciberpostales o florbilbao. Sin embargo, ninguna de nuestras competidoras lleva a la práctica todas estas funciones conjuntamente, como sería nuestra intención.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- No soportamos costes de almacenamiento o stock.
- Opción de "decora tu propio espacio"; foro; profesionales que responderían todas las dudas y añadirían consejos; envío de flores y tarjetas vía e-mail.
- Plantillas de ramos de flores y centros de mesa.
- Gastos de envío soportados por nuestros clientes y por nuestra empresa.

Accésit

Tecnored

Luz Aragón Serrano

c/ Los Riscos 27, 2º.
23700 Linares (Jaén).
Tlf. 605 882 276
E-mail: luzaragon_@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Este proyecto describe la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de Televisión, Telefonía e Internet, todo ello integrado dentro de un único equipo, diseñado y pensado fundamentalmente para personas con movilidad reducida y orientado principalmente al sector hospitalario. Dada su facilidad y sencillez, este servicio está también pensado para que las personas mayores puedan hacer uso de él.

Sistema en la habitación: Cada paciente dispondrá de un equipo propio instalado sobre su cama, de manera que pueda ser utilizado individualmente y cuando el paciente así lo desee o precise. El producto consiste en una pantalla LCD táctil con un auricular telefónico integrado en uno de sus laterales. La instalación del equipo consistirá en un sistema fijado en la pared y móvil hasta el extremo de la pantalla, con el objetivo de que el usuario pueda adaptar dicha pantalla a sus propias necesidades. El sistema está compuesto por un módulo lector de tarjetas chip que controla el funcionamiento de la televisión, el teléfono y la unidad de acceso a Internet.

Sistema en cajero: El sistema está compuesto por uno o varios cajeros expendedores de tarjetas chip de muy fácil uso por parte del usuario y distribuidos por diversas zonas del centro hospitalario.

Sistema de gestión: Todos los módulos de las habitaciones y de los cajeros automáticos están conectados a un ordenador que recoge y gestiona los datos que le envían, para procesarlos e informar al administrador del sistema.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Nuestra empresa dispondrá de diversos departamentos específicos para las distintas actividades que se desarrollan en ella.

- Diseño del producto, investigación y desarrollo. Esta área se dedicará al diseño del producto original, análisis de mejoras continuas en el desarrollo del mismo y estudio de nuevos productos relacionados con nuestra actividad. TECNORED es una empresa comprometida en I+D+I, en el que invertimos gran parte de nuestro presupuesto.
- Ejecución del producto. Se centrará en la búsqueda de empresas capaces de realizar el producto en base a nuestro diseño, además de su instalación y mantenimiento.
- Estudio de mercado y venta del producto. Este área se dedicará a la búsqueda de clientes y al estudio continuo de sectores que puedan estar interesados en la instalación de nuestro servicio.

3 Mercado: clientes y competencia

El producto está destinado al usuario final de nuestro servicio, el paciente hospitalario, aunque siempre se analizarán otros sectores donde nuestro equipo pueda acreditar una mejora de la calidad de los servicios que el propio cliente demanda. Un sector muy interesante para el ámbito de nuestro estudio es, por ejemplo, el sector hostelero.

La única competencia que encontramos en el sector hospitalario es el actual dispositivo de televisión prepago del que no todos los hospitales disponen actualmente, un dispositivo, en la mayoría de los casos, incómodo y arcaico.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestra empresa ofrece la posibilidad, hasta ahora inexistente, de adaptar la tecnología a todas las personas con movilidad reducida o que no se encuentran en entornos cotidianos para ellas, como es el caso de los hospitales. Los pacientes disponen así de una nueva posibilidad de entretenimiento.

Otra importante aportación es la unificación de Internet, televisión y teléfono en un mismo equipo. Esto hace que sea un producto nuevo e innovador, sencillo y fácil de utilizar, gracias también a su dispositivo de pantalla táctil.

El sector sobre el que se trabaja no dispone actualmente de este tipo de servicios, por lo que la introducción de este producto aumenta considerablemente el grado de confort tanto de pacientes como de personal hospitalario.

Acércate

María Chaves Martínez

Tlf. 646 05 93 17
E-mail: maria.cm@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Tras observar la situación actual de los adolescentes en diferentes institutos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato de la provincia de Jaén, he podido comprobar una serie de necesidades así como de demandas por parte de ellos. La idea de este negocio nace con el objetivo de poder paliar todas las dudas de esta parte de la población así como de proporcionarles la información, habilidades sociales y orientación necesarias para poder hacerles disfrutar de manera adecuada y positiva del periodo tan bonito y, a la vez, difícil en el que se encuentran.
Esta idea de negocio estará constituida por un trabajador social, un psicólogo y personal sanitario.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Este negocio ofrecerá una serie de servicios, siempre teniendo en cuenta la demanda por parte de los destinatarios, ya que mi objetivo es lograr conseguir el mayor beneficio a éstos. Los servicios que se ofrecen son:

- Taller de habilidades sociales. En éste se verán las siguientes habilidades: autoestima, empatía, escucha activa, asertividad, decir “no”.
- Integración social.
- Orientación.
- Formación en valores.
- Igualdad de género. (en éste podrán participar tanto mujeres como hombres).
- Charlas y debates sobre problemas presentes en la actualidad: consumo de drogas, anorexia, bulimia, educación sexual, botellón. Siempre proporcionando la información adecuada.

Además de todos estos servicios y actividades se ofrecerá a los destinatarios un buzón en el que éstos podrán depositar sus dudas, propuestas, ideas, comentarios o quejas de manera privada y con total confidencialidad.
Este equipo será receptivo a todo siempre con el objetivo de mejorar siempre para lograr la mayor aportación a los adolescentes y poder conseguir paliar sus dudas.
Se harán tutorías individualizadas con el objetivo de hacer sentir al adolescente más cómodo y de manera más privada si éste lo solicita.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado el cual se pretende abordar son los Institutos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato tanto públicos como privados de la provincia de Jaén.
Las oportunidades que ofrece son servicios de formación e información a los adolescentes de manera Activa, con Confianza, Entusiasmo, Respeto, Comunicación, Animación, Tolerancia y Empatía.
La ventaja de esta idea es la figura de un Trabajador Social en los institutos, importante de valorar y de tener en cuenta debido a la diversidad cultural existente hoy en día y el papel fundamental que juega el Trabajador Social desde la integración hasta la animación. Así como la figura de personal sanitario capaz de abordar temas tan complicados como la anorexia, bulimia, dietas equilibradas…
Por todo ello considero fundamental este equipo de trabajo formado por un trabajador social, psicólogo y personal sanitario.
El tipo de cliente al que esta idea de negocio irá destinada será a los adolescentes que se encuentren cursando la Educación Secundaria Obligatoria, así como el bachillerato en institutos tanto públicos como privados.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- Presencia de personal sanitario.
- Mayor información y formación para los adolescentes de los temas actuales.
- La figura de un buzón, lo cual invita a los alumnos a ser activos, a poder expresar sus ideas con la mayor privacidad. Con ello se consigue poder satisfacer todas sus demandas y se evita que el adolescente tímido o el que tenga un problema que le cueste expresarse delante de los demás o llamando a la puerta de un despacho, tenga la posibilidad de expresarlo en el buzón.
- Taller de habilidades sociales (muy necesario en la actualidad.),

AIME (Agencia Internacional de Métodos de Enseñanza)

Antonio Jesús Morales Suárez
Emilio Miguel Martos Jiménez

23600 Martos (Jaén)
Tlf. 661 34 86 46
E-mail: emmjynoa@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Nuestra idea, "Aime" (Agencia Internacional de Métodos de Enseñanza), surge de la necesidad de proporcionar una formación adecuada en el conocimiento de idiomas a los colectivos menos favorecidos de la sociedad, que han sufrido la marginación y desintegración social quedando al margen de la sociedad. Su objetivo es proporcionar formación a estos colectivos, adaptando todos los conocimientos a ciertas personas con necesidades especiales a través de personal especializado tanto en formación lingüística como en formación social.
Proporcionamos esta formación a través de diferentes entidades u organismos en los que estas personas se encuentren agrupados. Estos organismos pueden ser Centros de Internamiento, Centros de Acogida, Talleres, Asociaciones, etc. Diferentes cursos de español / ingles será lo que nuestra empresa ofrezca a los diferentes colectivos mediante la previa contratación por parte de su organismo responsable de nuestros servicios, tanto en el ámbito nacional como internacional.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Aime se encarga de ofrecer cursos de idiomas (español o inglés) a colectivos marginales de la sociedad actual, que debido a este cierto grado de marginalidad al que se ven sometidos, no son capaces de desarrollar por sus propios métodos.
La actividad está basada en la contratación de nuestros servicios por parte del organismo en el que se impartirá el curso. Una vez contratado el curso, que podrá variar en duración dependiendo de las necesidades que el citado centro u organismo considere necesario, procederemos al envío de nuestro personal (generalmente 1 profesor y 1 trabajador social), así como del material que se necesite para la realización del curso. El idioma en el que se imparta el curso variará dependiendo del país. Podría existir un suplemento que consistiría en la posible realización de un viaje organizado a un país diferente, donde los alumnos pudiesen poner en practica los conocimientos adquiridos, así como la posibilidad de intercambio entre centros de diferentes países.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes son instituciones que engloban a distintos colectivos marginales que, en su mayoría, se sustentan de subvenciones y ayudas públicas o privadas. Esto hace que la contratación de una empresa para que les imparta un curso de idiomas sea una tarea difícil y con un coste económico elevado.
Estas instituciones, centros u organismos pueden ser de diversa índole: centros de internamiento de menores, centros de acogida, talleres ocupacionales tanto de jóvenes como de cualquier colectivo, casa-hogar de mujeres maltratadas, asociaciones de mujeres, centros sociales situados en zonas marginales... Cualquier centro de servicios sociales que quiera contratar nuestro personal.
La mayoría de las empresas que se dedican a esta labor no poseen un carácter social, por lo que sus honorarios suelen ser demasiado elevados e, incluso, inasequibles para estos centros u organismos.
Puesto que nuestra empresa se sustenta en parte con subvenciones, debemos y queremos dedicarnos al apoyo social a estas personas, lo que hace nuestra empresa más atractiva que el resto.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Mientras que otras empresas o academias dedicadas a impartir cursos de idiomas se centran en otro tipo de beneficiarios y el coste es inalcanzable para los colectivos con los que trabajaremos nosotros, en Aime actuamos también como trabajadores sociales, por lo que aportamos cierto apoyo a distintos tipos de colectivos desfavorecidos. Pretendemos dotar a estos colectivos de habilidades lingüísticas para poder desarrollar diferentes habilidades sociales y así poder tener diversas aspiraciones laborales y/o personales. Actuamos no sólo en la medida que podría actuar un profesor, sino que contamos con un equipo de trabajadores sociales que también ayudará a los alumnos fuera del horario lectivo. La contratación de nuestro curso implica la involucración de nuestro personal en los problemas cotidianos con que estos colectivos puedan encontrarse, actuando en cierto modo como psicólogos, educadores, y medios de apoyo. Una de las posibilidades de nuestros trabajadores es la convivencia con nuestros clientes.

Alojamientos Naturales

Juan Puertas Pelegrín

c/ Colón nº 27.
23460 Peal de Becerro (Jaén)
Tlf. 658 865 546
E-mail: juanitojaen@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio que yo propongo es la creación de un recinto capacitado para ofrecer alojamiento y la oferta de una serie de actividades basadas en el disfrute de la naturaleza y los beneficios que ésta nos reporta. Este recinto estaría ubicado en un entorno natural como podría ser el Parque Natural de Cazorla Segura y las Villas. En nuestra oferta de alojamiento no sólo ofreceríamos a los clientes un hotel donde poder descansar sino que le proporcionaríamos una experiencia basada en productos obtenidos de forma ecológica y una serie de actividades para el disfrute de la naturaleza y el entorno donde ubicaríamos nuestra empresa. Para crear nuestro recinto podríamos reconstruir un antiguo cortijo abandonado, con acceso a alguna corriente de agua natural y la idea de utilizar la mayor cantidad de energías renovables para reducir lo máximo posible el impacto medioambiental causado.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Ofreceríamos a los clientes la posibilidad de alojarse en un entorno muy favorable para relajarse y evadirse del estrés del día a día, y una alimentación basada en productos 100% naturales, cultivados en su mayoría en nuestro recinto y también productos típicos de la zona como son el aceite de oliva y las carnes y vegetales de nuestra sierra. También ofreceríamos servicios que irían desde los más relajantes, como aromaerapia con hierbas propias de la zona, masajes con aceites naturales y baños tipo Spa, hasta los más divertidos, como la escalada o el descenso de barrancos, pasando por el piragüismo en el pantano del Tranco o el senderismo. En nuestro alojamiento también se podría disfrutar de paseos a caballo o actividades con animales para los más pequeños o, incluso, para discapacitados, ya que está demostrado sus beneficios en ellos.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes serían empresas que quieran fomentar el trabajo en equipo y con necesidad de relajarse, familias que quieran disfrutar del aire libre, colegios e institutos, asociaciones de discapacitados, grupos de personas mayores y cualquier persona sin importar la edad. La competencia serían los hoteles y algunos centros con servicios de Spa y relajación.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Ofreceríamos productos que en el mercado encontramos de forma aislada pero que es difícil encontrarlo todo en un mismo recinto. También lo haríamos de forma que no generase impacto medioambiental y nuestros productos serían, en su mayoría, ecológicos y de gran calidad. Lo nuestro sería un ejemplo de que existe la posibilidad de generar riqueza y empleo sin perjudicar el medio ambiente y transmitir esos valores a nuestros clientes.

Ampared

Bayron Enrique Vargas Londoño

Jaén.
Tlf. 669 942 428
E-mail: bevl0003@estudiante.ujaen.es / bayron44@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

AMPAREC nace con la idea de ser una empresa mercantil del sector servicios cuyo objetivo principal es brindar apoyo administrativo y logístico a las asociaciones de padres y madres de los colegios de la provincia a partir de la potenciación del rendimiento de las mismas. Es decir, la búsqueda de mejoras en los servicios extraescolares recibidos por los alumnos y con financiación semi pública: una parte correspondiente a la propia AMPA y la otra a partir de proyectos de servicios derivados de programas públicos.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Apoyo a la gestión de asociaciones de padres y madres de alumnos.
- Apoyo legal a los padres sobre la actuación e interpretación en cualquier modificación o creación de ley que afecte a sus hijos.
- Programación de actividades deportivas, culturales, lúdicas, etc. para la integración de los alumnos.
- Mediación en casos de problemas o desencuentros entre miembros de la propia Asociación –o sus hijos–, o bien con personas externas a ella.
- Apoyo a los menores y sus familias a partir de: Acuerdos negociados con gabinetes de psicólogos, Servicios Sociales, logopedas, empresas de animación, profesores de apoyo, academias de música, agencias de viajes, intérpretes, catering, etc. buscando las mejores tarifas y servicios para nuestros clientes.
- Vinculaciones a cursos y actividades europeas, para facilitar el aprendizaje de otras lenguas, así como proporcionar ocio y tiempo libre.
- Otras muchas actividades que sirvan para la optimización del tiempo de los hijos y los padres.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado es el formado por las asociaciones de padres y madres de alumnos de todos los colegios de Jaén capital y sus entidades menores (Las Infantas). Asociaciones que, en su Junta Directiva, tienen a padres muy interesados en la mejor educación posible para sus hijos y en plantear unas actividades extraescolares que les permitan mejorar sus aficiones y en general su calidad de vida, proporcionando de forma indirecta un espacio / tiempo para las familias en que pueden estar trabajando, u ocupados en otras cosas, ambos miembros de la pareja sin tener que preocuparse por conseguir alguien que los cuide, pero en ningún caso son especialistas en recursos sociales.
Los clientes son las asociaciones de padres y madres de alumnos (AMPAS) escolarizados en la provincia de Jaén en colegios públicos, privados y concertados.
Nuestra empresa pretende brindar un servicio externo a las asociaciones sin tener ninguna implicación en las Juntas de Gobierno y siendo un proveedor de información organizada y gestión de recursos para la potenciación de las actividades extraescolares, a nivel privado y mercantil.
No encontramos ninguna empresa que implique competencia en Jaén en cuanto a precios y servicios.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Una empresa de servicios a Asociaciones es innovadora per se, pero no es frecuente ver empresas que asesoren y planteen soluciones a los problemas asociativos. Además, en este caso, es innovador por varias razones:

1. Lo es frente a la Administración, que al tener un empresario que procura la optimización del uso de recursos, le garantiza una mayor operatividad del tiempo y espacio de sus centros, así como de los problemas que se puedan generar en ellos, que serán resueltos de forma más eficaz.
2. Por otro lado los padres de familia no tendrán que dedicarse a estudiar grandes tratados de servicios sociales y a la comunidad ni van a tener que preocuparse por no tener un número mínimo de alumnos en su colegio, porque quizás entre alumnos de tres colegios se consiga quórum suficiente y se pueda tener acceso al recurso requerido.
3. Los niños y sus familias pueden ver aumentada la oferta de ocio y tiempo libre. La comunidad consigue, de una forma totalmente profesionalizada, un apoyo a menores y padres y así, tanto unos como otros, podrán tener respaldo de alguien que cuidará y educará a sus hijos mientras ellos no estén en casa.

AnMAR Servicios Sociales

María del Carmen Delgado Galán

c/ Millán de Priego 41, portal 13, 2º R.
23004 Jaén.
Tlf. 670 362 596
E-mail: alatasa@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La mejora de la calidad de vida, las responsabilidades compartidas entre la pareja, la incorporación de la mujer al mundo laboral, la posibilidad de realizar viajes a coste más barato, etc., han propiciado el abandono de muchas actividades domésticas y aparición de nuevas necesidades en la mayoría de los hogares españoles.
Por otra parte, nuestro acelerado ritmo de vida hace que no siempre tengamos a nuestros seres queridos en las condiciones que nos gustarían. Desgraciadamente, hoy en día escasean profesionales dedicados a cubrir estas necesidades y la desconfianza y la baja cualificación de estas personas hace más inaccesible esta difícil e inmediata tarea.
Por todo esto, la misión primaria de AnMAR es cubrir las necesidades tanto humanas como domésticas con la eficacia e inmediatez que demandan los ciudadanos de hoy ya que, por todo lo mencionado anteriormente, se encuentran muy limitadas.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Tareas domésticas: limpieza, lista de la compra, planchado y lavado de ropa, preparado de comidas, cuidado de plantas, etc.
- Servicios sociales: cuidado de ancianos, cuidado de enfermos, cuidado de niños, cuidado de discapacitados.
- Tareas educativas: clases particulares, clases de educación especial y clases para adultos.
- Otros servicios: cuidado de animales, recogida de basura.

3 Mercado: clientes y competencia

El usuario final de estos servicios será aquel que, independientemente del status social al que pertenezca, esté carente de las necesidades básicas y primarias que, en función de la edad y de la situación personal y familiar que tenga, determinará la demanda que en este momento exija, bien de forma puntual, esporádica o bien de manera sistemática.
Se considera que la competencia existente en esta materia abarca servicios sociales de ayuda y apoyo a determinados sectores de la población que así lo demandan, pero la competitividad en estas prestaciones no está en la variedad ni en el número de servicios que ofrecen sino, y esto es muy importante, en la calidad, cualificación, atención y entrega profesional del personal a cargo de estos servicios.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El arma con la que luchará esta empresa será la gran ventaja frente a sus competidores, y no es otra que su propio lema: “El respeto hacia los demás nos hace más libres”

Biodiésel Andalucía

Sergio A. Martínez Amores

Avda. Antonio Sánchez Bonils, 62.
23460 Peal de Becerro (Jaén)
Tlf. 615 89 75 65
E-mail: samartinez83@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea básica consiste en la creación de una empresa dedicada a la producción de Biocombustibles (bioetanol, biodiésel y biogás) a partir de grasas tanto de origen animal como vegetal, utilizando tanto materias primas provenientes de campos de cultivo como de materiales reciclados (aceites usados, grasas animales inservibles, etc.).

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades principales de la empresa serían tres:

- Producción de biocombustibles a partir de grasas (recicladas o no) o de semillas de cereales aptas para conseguir nuestros objetivos.
- Recogida y reciclaje de todo tipo de grasas aptas para la obtención de biodiésel.
- Adecuación de grandes tierras de cultivo, con productividades muy bajas, para plantaciones de otras especies de cereales, que según diversos estudios tendrían mayor productividad por hectárea y mayor nivel de aprovechamiento para fabricar biocombustibles.

Estas actividades serían las indispensables, sobre todo la última, que sería la que mayor esfuerzo económico supondría para la empresa, ya que la maquinaria utilizada en la producción tiene un coste “relativamente” bajo.
En cuanto a la recogida de grasas recicladas, la personas están bastantes concienciadas en reciclar, lo único que habría que hacer es proporcionarle los medios (cubos, centros de recogida, etc.)

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado potencial está claramente delimitado: Abastecimiento de biocombustibles para el parque automovilístico.
Para empezar habría que segmentar el mercado y, desde mi punto de vista, habría que empezar (como de hecho ya los hay) por abastecer todos los transportes públicos. Tenemos de cara que, gracias al uso de biodiésel, las emisiones de CO2 se reducen y paralelamente con los tratados de Kyoto los países firmantes deben de reducir las emisiones de CO2. A partir de aquí nos deberíamos de centrar en otros sectores, llegar a acuerdos con los grandes consumidores de combustibles.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- Reorientación de tierras con baja productividad, Como consecuencia de esto se conseguiría frenar el éxodo rural.
- Reciclaje de materias muy contaminantes.
- Reducir las emisiones de CO_2 a la atmósfera.
- Búsqueda y selección de especies olageinosas más adaptadas a España (ampliación de los gastos de I+D+I).

Biolivasa (Planta de biomasa)

Ángela García Díaz
Cristóbal García Díaz

Tlf. 616 56 37 12
E-mail: cgardiz@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea General de Negocio consistiría en crear una empresa que se dedicará a la creación de energía en una planta de biomasa que aprovechará los restos del olivar (restos de la poda, orujo, alperujo y el alpechín), además de otros restos procedentes de actividades que se desarrollen en toda la zona en la que se ubique la empresa.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades de la empresa serían:

1. Recogida de los desechos del olivar como serían la leña y ramas como resultado de la poda del olivar y también los desechos como consecuencia de la molturación de la aceituna en las almazaras, como podrían ser el orujo y los huesos de la aceituna.
La recogida en el olivar de la leña y de las ramas se haría mediante camiones o tractores dependiendo de la accesibilidad a la parcela.
La recogida de los otros desechos procedentes de almazaras o de otras industrias ubicadas en la zona sería mediante camiones.

2. Convertir la biomasa, que en este caso serían los desechos provenientes del olivo, en energía eléctrica en una planta de biomasa. Esta electricidad creada se vendería a una empresa eléctrica para que ella ya se encargase del suministro de ella a los ciudadanos.

3 Mercado: clientes y competencia

Mercado

En un principio, el principal mercado al que se pretende llegar es el de la energía eléctrica. Una vez que la empresa haya alcanzado su nivel de crecimiento óptimo, la idea sería competir también en el mercado de los biocombustibles.

Clientes

Los clientes tendrían una doble vertiente: Por un lado tendríamos a nuestros proveedores-clientes. Es decir, proveedores de biomasa, y clientes porque éstos se sirven de nuestros servicios para eliminar sus residuos, hecho que les beneficia enormemente. De este modo, nuestros clientes podrían ser almazaras, empresas de madera, y cualquier empresa, industria que produzca residuos susceptibles de ser utilizados como biomasa.
Y por otro lado tendríamos las compañías eléctricas a las que venderíamos nuestra energía eléctrica.

Competencia

Nuestros competidores serían las plantas de biomasa que tienen en marcha las grandes compañías eléctricas en nuestro país.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación sería el aprovechamiento de los restos del olivar, que es uno de los sectores más importantes de la provincia. Así se explotaría aún más y, además, se ayuda al medio ambiente con la creación de una energía limpia y renovable.
Se crearía un valor añadido para el cliente que, además de suministrarle el servicio de recogida de los restos del olivar, recibiría una compensación económica.
La creación de valor se materializa contribuyendo al desarrollo de la energía renovable que más aporta al desarrollo socioeconómico y ambiental del medio rural: la biomasa.
La ventaja de nuestra empresa es que incorporará equipos de última tecnología y que toda la energía necesaria adicional para el funcionamiento de los equipos y la planta procederá de placas solares. Con esto garantizamos que nuestra empresa en toda su cadena de producción sea renovable, contribuyendo de una forma eficiente y eficaz con la sostenibilidad del planeta.

Biored

Rocío Martínez Barrero

c/ Numancia nº 21
23200 La Carolina (Jaén)
Tlf. 953 662 043
E-mail: cortinilladeestrella@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La empresa se encargaría de la recolección y posterior manipulación de los residuos de tipo biomásico procedentes del olivar en toda la provincia de Jaén, tales como residuos forestales y residuos de industrias agrícolas como orujos, orujillos, hueso de aceituna, restos de podas, etc. Una vez transformados se pondrán a disposición de las empresas que los necesiten mediante una red de transporte, es decir, consistiría en agilizar y facilitar el trabajo a las empresas que utilizan la biomasa como fuente de energía renovable y así fomentar su desarrollo, ya que supone un alto potencial de crecimiento en la provincia de Jaén.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Consistiría en comprar los residuos, previa llamada del solicitante, ofreciéndoles la recogida y transporte de estos para así hacer más atractiva la oferta de compra. Después se procederá a la trituración y reciclado de residuos en la planta para su posterior comercialización. La empresa Biored será un puente entre los agricultores y las industrias agrícolas, y los consumidores de biomasa de la provincia de Jaén, de Andalucía y de España en caso de que se solicite.
La actividad que se realizará en la planta será la de preparar los subproductos para la utilización directa como combustibles posteriormente. Para ello se precisa disponer de éstos en las condiciones más secas posibles, eliminando problemas de combustión y elevando su poder calorífico.

3 Mercado: clientes y competencia

En la provincia de Jaén existen en la actualidad 305 almazaras, distribuidas en una superficie de 13.496 km2 y 14 secaderos-extractoras de orujo con necesidades energéticas elevadas. Cada uno de estos centros podría actuar como centro de la red de generación distribuida, auto-produciendo sus demandas energéticas y aportando sus excedentes a la red eléctrica. Otro tipo de clientes sería los particulares que posean los sistemas de calefacción que utilizan este tipo de biocombustible.
La principal empresa que podemos citar como competencia que se dedica a fomentar la biomasa como principal fuente de energía renovable en España es FACTORVERDE S.A. Esta empresa actúa a nivel nacional aportando soluciones integrales para la recogida, tratamiento y comercialización de biocombustibles sólidos.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Está claro que no abundan las empresas que realicen la recogida y el transporte de los residuos oleicos, y sin embargo, se está produciendo una gran expansión de las energías renovables en todo el mundo y en particular en España, por lo que es necesario la creación de asociaciones que apoyen este tipo de proyectos. La ventaja que presenta es que la Junta de Andalucía suele tomar medidas para contrarrestar la gran inversión inicial que requiere la puesta en marcha de este proyecto, como son las subvenciones destinadas a impulsar la energía renovable procedente de la biomasa del olivar y garantizar su rentabilidad económica.

Bolsanova S.L.

Consuelo Córdoba Cádiz

Carretera de Baños, nº 54, piso 2º.
23700 Linares (Jaén)
Tlf. 686 16 15 36
E-mail: ccc2882@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Existe una gran parte de la población que considera las tareas del hogar como una carga que reduce su tiempo de ocio y descanso. Una de las actividades más tediosas y que con más frecuencia hay que llevar a cabo es la eliminación de la basura generada a lo largo del día.
La idea de esta empresa jiennense consiste en la fabricación y venta de una bolsa de basura novedosa, 100% antigoteo que, además, incorpora un repelente de insectos de agradable aroma. De esta forma se consigue con un mismo producto resolver tres problemas domésticos: eliminar el vertido de líquidos, ahuyentar a posibles insectos y hacer más confortable el hogar a través de los distintos aromas que desprende la bolsa.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Para llevar adelante la empresa, en principio, es totalmente necesaria una buena gestión comercial para que a través de ella se canalice el contacto directo con los clientes. Es decir, calidad en la fuerza de ventas, racionalidad y consolidación de los objetivos propuestos y buena dirección comercial que aplique controles adecuados y sepa motivar a su equipo, factores básicos para el éxito en las ventas. Por otro lado, subcontratar o contar con los servicios de otras empresas, teniendo preferencia las andaluzas, que se adapten o adecuen a las necesidades de BOLSANOVA S.L., entre las que destacarían: 1.- Fabricantes (proveedores) del producto y del empaquetado. 2.- Distribuidores. 3.- Contar con una buena campaña publicitaria.
El seguimiento del cliente y de la calidad del servicio es la tónica principal de la empresa, así pues, la dedicación es plena en el proyecto.
Por otra, parte los recursos, infraestructuras o elementos de inversión serán: nave o local de almacenamiento y manipulación de mercancías, equipo informático, teléfono, utillaje y herramientas, etc… Junto con esto, claro está, necesitaremos personal cualificado y asesoramiento legal que respalde a BOLSANOVA S.L.

3 Mercado: clientes y competencia

BOLSANOVA S.L. va dirigida a un público mayorista y para ello prevalecerá la ventaja competitiva que ésta ofrece, presentándose como empresa única y duradera, difícil de imitar, sostenible, con alto rendimiento, especialización y liderazgo y con gran garantía de fiabilidad sobre todo en lo que se refiere a la relación calidad-precio.
Los clientes a los que va dirigido nuestro artículo destacan por su variedad tanto en edad (estadísticamente se ha comprobado que los usuarios más frecuentes son los de edades comprendidas desde los 17 hasta los 60 años) como en sexo (puesto que tirar la basura no es sólo ya tarea de mujeres). Por otra parte, nos referimos a un cliente cuya frecuencia para ir a hacer la compra va desde la semanal hasta aquél que elige hacerla diariamente; todo esto sin dejar aparte a los sectores de la hostelería, hoteles, hospitales, colegios, etc.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Es un artículo que facilita el antigoteo de aceites, salsas y otras sustancias además de que con su olor ahuyenta al insecto atraído por los restos de comida.

- BOLSANOVA S.L. es novedad en el mercado puesto que propone un proyecto de bolsa de basura con triple función y además fabricada a partir de fécula de patata.
- El material que se ha elegido para la fabricación del producto es apto para proteger el medio ambiente (material orgánico- biodegradable).
- En cuanto a la gestión comercial, nuestra empresa puede destacar por el esmero con el que se lleva a cabo dicha gestión. No se trata sólo de vender sino de aportar. Interesarnos por la aceptación que el producto está teniendo y por la conformidad del cliente con el mismo, son algunos detalles que marcan la diferencia y que junto con la seriedad en la gestión, disponibilidad y buen servicio nos identifican como empresa.

Buscador Material Deportivo (BmD)

José Carlos Gámez Campos
Eva María Luque Caño
Nuria González Cobaleda

23700 Linares (Jaén).
Tlf. 605 545 178
E-mail: josecarlosgamez@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Nuestra idea empresarial surge de la necesidad de optimizar el escaso tiempo libre disponible por la sociedad actual. Normalmente se suele perder mucho tiempo de tienda en tienda buscando algún producto en concreto y, en muchos casos, visitando solamente las tiendas habituales sin tener en cuenta otros muchos comercios que pueden ofrecernos ese producto y de los cuales desconocemos su existencia. Para solucionar este problema hemos creado un espacio on-line en donde las pequeñas y medianas empresas (pymes) de una determinada región ofrezcan sus productos. A través de esta página Web, los usuarios de Internet podrán buscar productos específicos de un determinado sector y conocer con certeza el establecimiento que lo vende y si éste dispone de él en esos momentos.

www.BmD.es
Tu Buscador de Material Deportivo

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

BmD quiere ser percibido como un buscador con carácter local, exclusivamente deportivo, que garantice rapidez y efectividad en la búsqueda, a un precio reducido y que sea un portal publicitario para nuestros clientes, las empresas deportivas.
Nuestro producto básico está compuesto por los elementos necesarios para cumplir la necesidad de nuestros clientes, de publicitarse y de obtener clientes. Este producto consiste en aparecer en nuestro Catálogo Virtual Común donde recogeremos todos los productos de nuestros clientes, así como su stock y precio. Además del producto básico, ofrecemos servicios adicionales, tales como:

- Asesoramiento: aconsejamos a nuestros clientes sobre los productos más buscados, sobre el crecimiento del sector y la opción más adecuada entre nuestros productos.
- Garantía: si a los 6 meses no ha conseguido ninguna venta por medio.

3 Mercado: clientes y competencia

Nos hemos centrado en la pequeña y mediana empresa del sector deportivo. El sector de la venta de material deportivo está dominado por grandes superficies poco especializadas en algunos materiales deportivos, que podrían encontrarse en tiendas específicas. Nuestros clientes serían las tiendas de material deportivo, como por ejemplo tiendas de bicicletas, tiendas de material de montaña, de deportes de riesgo, armerías, etc.
Nuestros principales competidores serían empresas que se dedican a la búsqueda de productos a través de distintos medios como, Internet, telefonía o impresión en papel. Estos competidores pueden ser: *QDQ, Páginas Amarillas, Números de Información telefónica* (por ejemplo 11811, 11888…) o *La Guía de Jaén*.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestra idea es distinta de lo ya existente en el sector de la búsqueda de información en la medida en que constituye una base de datos formada por productos, con sus correspondientes fotos, características y establecimiento donde se pueden encontrar, así como su disponibilidad en stock y en lo posible, su precio. Ninguna de las empresas competidoras ofrece por sí misma toda esta información, ni está especializada en un solo sector, lo que nos daría la ventaja de concentrar todas nuestras fuerzas en el objetivo de recoger a todas las empresas que se dediquen a la venta de material deportivo de cualquier clase, situadas en una misma región. Es cierto que la idea de gestionar la búsqueda de productos en Internet no es nueva ni desconocida, pero no son búsquedas especializadas ni localizadas en un solo territorio, no las hace más generalizadas y menos eficientes para el usuario de Internet.

Carisma

Mercedes M. Lentisco Martínez

Avda. Primero de Mayo nº 18, 4º E.
23700 Linares (Jaén)
Tlf.669 926 024 / 953 694 200
E-mail: mercedesm_lentisco@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi idea en concreto se basa en el fomento de una entidad dirigida a la realización de actividades propias de turismo alternativo, cuyo nombre responde a CARISMA. Dicho así, la primera impresión no suscita un interés nuevo, ya que no es algo que no exista en la actualidad ni tampoco que represente un alto grado de originalidad. Sin embargo, estas actividades encierran un verdadero interés social al indicar que son actividades que van a ir dirigidas a una minoría, hoy en día cada vez mayor, de personas que forman nuestra sociedad: las personas discapacitadas física y psíquicamente. Aparte de las actividades impartiremos visitas de interés turístico a las zonas más conocidas y encantadoras de Granada, así como concursos dentro de las diferentes actividades que se impartirán.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Con respecto a las actividades impartidas por esta entidad he de decir que éstas consistirán en la práctica de deportes tales como bicicleta, snowboard, submarinismo, balonmano y otras de carácter más lúdico como tiro con arco o tirolina.
Estas actividades serán realizadas a modo de paquete turístico, es decir se comercializarían como productos, dando lugar a la prestación de un servicio final a través de la colaboración de nuestro personal especialista en el cuidado personal de este tipo de cliente; las personas discapacitadas. A parte de estas actividades se harán competiciones con la consecutiva entrega de premios y regalos en los días concertados.

3 Mercado: clientes y competencia

Esta entidad se encontraría situada en un mercado potencial, ya que se introduce en el mercado laboral como una propuesta innovadora, aunque sus productos se sitúen entre actuales y novedosos. Como actuales podemos citar algunas actividades de animación turística tales como tiro con arco, tirolina, escalada y otras potenciales como los deportes de nieve, como snowboard o patinaje artístico, o de playa, como vela o esquí acuático.
Conforme a la estrategia de mercado haríamos referencia a una estrategia de tipo Desarrollo de Mercados, ya que el mercado en el que entraríamos en actuación sería de novedad y algunos productos, valga la redundancia, actuales. Aunque, por otra parte, también podríamos aplicar la estrategia de diversificación ya que esta empresa introduciría unos productos también novedosos. El tipo de cliente no es precisamente un público exigente, sino más bien un público que pretende divertirse y disfrutar de una experiencia única, aunque este cliente, por supuesto, exige por parte del trabajador una excelente preparación en cuanto a materia de cuidado y atención se refiere, ya que no se puede valer del todo por sí mismo.
Con respecto a la competencia diré que en este ámbito no existe una competencia acentuada, ya que éste está muy poco trabajado. Desde mi punto de vista este tipo de cliente aún está un poco abandonado, y creo que es una gran oportunidad para desarrollarse como mercado y dar, a la vez, una oportunidad de bienestar y disfrute a esta población que cada vez está siendo mayor en la sociedad.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

En cuanto al tema de la innovación he de decir que este proyecto resulta atractivo para un público que normalmente se siente desamparado ante la idea de poder realizarse como personas y poder disfrutar de una vida plena y satisfactoria a pesar de su minusvalía, algo que no debería limitar sus vidas. Además, las personas que día a día se encuentran a su lado también sentirían el apoyo por parte de la sociedad gracias a este aporte de libertad y disfrute que conllevaría este proyecto para ellos.
En el tema del valor añadido podemos ofrecer muchas ventajas tales como la garantía de poder aportar la ayuda de un personal altamente cualificado para el tratamiento de las personas discapacitadas. Y por otro lado la donación de premios y regalos es algo que no puede faltar como incentivo para a un público por su victoria o participación activa.

Central de envasado de aceite y de gestión de residuos

Joaquín Cabrera López-Obregón
Tomás Carmona Franco
Alberto Garrido Checa

Tel. 669 69 34 32
E-mail: tomasc_21@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Nuestra idea se basa en la creación de un complejo industrial autosuficiente energéticamente que se encarga de la gestión de los residuos, tanto sólidos urbanos como aguas residuales y subproductos de la industria del olivar para la producción de energía y gestión limpia de dichos residuos (alperujo, poda del olivo). Parte de la energía obtenida se utilizará para el consumo de las instalaciones de nuestra planta.
Con respecto estas instalaciones existe una planta depuradora de aguas residuales para utilizar el agua ya depurada y los fangos tratados (regadíos y abonos); una planta de tratamiento y separación de residuos sólidos urbanos; una extractora, de la que se obtendrá orujillo como combustible y jamila; una almazara de producción de aceite con envasadora propia y una central de trigeneración que, alimentada con orujillo, restos de la poda del olivar, restos de la industria maderera y combustibles obtenidos de la planta de tratamiento de R.S.U, obtendría energía eléctrica y calor.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

1.- Recogida y tratamiento de residuos sólidos urbanos (RSU). Se lleva a cabo mediante camiones preparados para ello. En la planta se realiza una selección recuperando los materiales reciclables. El resto de basura orgánica se llevará a la zona de almacenaje de combustibles. 2.-Tratamiento de aguas residuales. Se tratarán las aguas residuales del municipio o municipios que pueda abarcar nuestra planta hasta obtener un agua limpia no apta para el consumo, que se utilizaría para el riego de campos circundantes. El material orgánico obtenido al principio del proceso se lleva a la planta de tratamiento de basuras. El metano producido por la digestión anaeróbica en presencia de bacterias se utiliza para calentar oficinas de la planta. 3.-Producción de aceite. El aceite se envasa y comercializa, mientras que los productos de desecho se utilizan para obtener aceite de calidad inferior (aceite de orujo), jamila y orujillo. El orujillo no necesita tratamiento para ser almacenado para su posterior utilización como combustible. La jamila ha sido siempre un problema, pero puede someterse a un proceso de compostaje durante 4 meses, añadirle ciertas cantidades de minerales y venderse como abono, que además es herbicida. 4.- Recogida de la poda del olivar. Teniendo en cuenta que esta biomasa tiene un alto poder calorífico (1/3 del gasoil), realmente es rentable, se puede aprovechar como combustible. 5.- Producción de electricidad, frío y calor. Con la Biomasa obtenida en los procesos anteriormente descritos, obtenemos un combustible de gran poder calorífico que alimentará a una caldera de lecho fluidizado burbujeante, que consigue una combustión más homogénea.

3 Mercado: clientes y competencia

Hipermercados y supermercados españoles, cadenas de hostelería y países con poca tradición en el uso del aceite de oliva. Nuestra marca de aceite competirá con otras ya asentadas.
Compañía suministradora de electricidad. No existe competencia, ya que hay demanda de energía.
Ayuntamientos. Puede existir la competencia de una empresa privada encargada de recogida de basuras.
Agricultores. Comunidades de regantes y empresas de fertilizantes.
Ciudadanos. No existe competencia como tal, pero pueden sentirse recelosos de no confiar en las redes térmicas centralizadas y preferir cómo y cuándo encender su propia caldera o aparato de aire acondicionado.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La principal innovación que aporta nuestra idea de negocio es integrar en un mismo espacio industrias diferentes que se complementan entre sí. Es además una empresa autoabastecible de energía y respetuosa con el medio ambiente, y no sólo eso, sino que elimina casi la totalidad de residuos que en la actualidad contaminan ríos y suelos y hacen crecer el tamaño de los vertederos.

Centrales productoras de energía eléctrica a partir del olivo

José Luis Serrano Hermoso

C/ Francisco Coello nº 8, 1º izquierda.
23002 Jaén
Tlf. 635043582

1 Descripción de la idea de negocio

Este proyecto se centra básicamente en la producción de energía eléctrica a partir de la energía de la biomasa de las miles de toneladas de ramas de olivo que son podadas cada año en Andalucía. Para ello aprovecharemos las miles de toneladas que los agricultores queman en los campos de Andalucía cada año sin que se aproveche su energía por no poder darle salida y ser un estorbo para las labores agrícolas.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Con este proyecto se pretende producir un bien escaso y que tantos conflictos crea por lo importante que es para el mundo occidental. Obviamente no se pretende cubrir la totalidad de las carencias energéticas de España pero si contribuir a la reducción de las mismas con una energía que simplemente se pierde. Aprovechándola produciremos energía, valiosísima para el ciudadano, que si bien no es muy limpia no hacemos ningún daño al medio ambiente que no se vaya a seguir haciendo, pues recuerdo que cada año se queman igualmente en los campos por los agricultores. También prestaremos a los agricultores el servicio de librarles de este trabajo que les supone tiempo, dinero y daños en las plantaciones. Además se producirán muchos puestos de trabajo.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar es el mercado energético, donde actualmente en España toda la energía que se produce es consumida y no resulta suficiente. Los clientes serían las compañías eléctricas a las que se le vendiese nuestra energía eléctrica y más indirectamente el ciudadano que la consuma, y la competencia serían las restantes centrales productoras de energía.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que se produce con respecto a otros competidores es la utilización de materia prima distinta y es aquí donde reside nuestra mayor ventaja con respecto a ellos, pues nuestra materia prima es un bien que no sólo carece de otras utilidades, a diferencia del petróleo, sino que es una molestia para sus propietarios. Esto hace que el precio de nuestra materia prima sea muy inferior a las demás utilizadas para este fin y, por consiguiente, que el precio final de nuestra energía será mucho más competitivo.

Centro de día de rehabilitación neuropsicológica

Marta Abad Rubio
Miguel Espejo de Rus
María Campos Villarreal
Macarena Quesada Arcila

Tlf. 667 950 974 / 617 211 862
E-mail: abadrubio.marta@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea se fundamenta en la creación de un centro de día destinado a personas con lesión cerebral, bien por enfermedad congénita o bien por daño adquirido. Con el centro se pretende ofrecer atención especializada e integral a las personas de la provincia de Jaén con daño cerebral o en situación de dependencia que necesitan un apoyo generalizado para la mayoría de las habilidades adaptativas. Para ello se pretende crear convenios con las asociaciones ya formadas de afecciones cerebrales ofreciéndoles servicio de fisioterapia, psicología, enfermería, neuropsicología y centro de respiro familiar, actividades y talleres, así como un ambiente de superación de barreras y mejora en la calidad de vida. Las personas con algún tipo de lesión que no provengan de ninguna asociación también recibirían un seguimiento.
A cambio de estos servicios, las personas deberían aportar unas cuotas mensuales fijas independientemente de que se amplíen los servicios prestados o los días asistidos. Las personas de las asociaciones convenidas pagarían una cuota menor, aunque también fija. Según la evolución del centro y las necesidades requeridas se plantearía ofrecer servicio de transporte adaptado de las personas de fuera de la capital que necesitaran atención especial.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Los servicios ofrecidos en calidad de sanitarios serán:

- Servicio de fisioterapia
- Rehabilitación neuropsicológica
- Logopedia
- Enfermería
- Psicología
- Terapeutas ocupacionales

Los servicios ofrecidos en calidad de asesoramiento:

- Trabajadores sociales
- Abogados

El equipo multidisciplinar formado por todos estos profesionales trabajarán en coordinación para provenir al paciente de la mejor calidad de vida en todos los aspectos necesarios, así como el desarrollo de talleres destinados a la mejora del tiempo de ocio en el centro y desarrollo de habilidades.
Se ofrecerá a su vez servicio de respiro familiar donde los pacientes pasarían parte del día en el centro. Se ofrecería, a su vez, ayuda psicológica a los familiares cuando sea conveniente.

3 Mercado: clientes y competencia

Clientes

Aquellas personas con daño cerebral congénito o adquirido que requieran de atención especial y personalizada en los distintos servicios ofrecidos.
Así como atención Psicológica a los familiares.

Competencia

En cuanto a la competencia dentro de la provincia de Jaén, los servicios existentes son los ofrecidos por las asociaciones de diversas patologías específicas de la provincia existiendo centros multidisciplinares únicamente en Sevilla y Murcia en calidad de servicio sanitario. En cuanto a centro de día se añaden Granada, Huelva y Cádiz, dentro de la comunidad de Andalucía.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La idea resulta innovadora en cuanto a la ausencia de algún centro de iguales características en la provincia y el carácter coordinado de los distintos servicios ofrecidos siempre en un tratamiento individualizado en cada paciente.
Cada año en España son muchas las personas que sufren accidentes de Tráfico y tras lo cual quedan seriamente dañadas, por lo que las personas afectadas y los familiares han de asumir doble dolor, las secuelas y la adaptación a la nueva vida, por ellos y por aquellos que, debido a sus condiciones de excepcionalidad, requieren una atención especial. Este centro pretende la mejor adaptación e integración familiar, social o laboral, así como una potenciación del desarrollo de las capacidades intactas o rehabilitables.

Centro de discapacitados FAM S.L.

Francisca Manzanares Sánchez
Ángela Márquez Vivar
Maria Dolores Moreno Sánchez

Tlf. 669 91 64 77
E-mail: anmavi@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio surgió porque pensamos que en España existen muy pocos centros dedicados al cuidado y rehabilitación para personas discapacitadas y, en concreto, en la zona que hemos elegido, este tipo de empresa no se ha desarrollado.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa FAM, S.L. basa su actividad empresarial en el cuidado, atención y ayuda a personas con diferentes grados de discapacidad física o mental, es decir, forma parte del sector terciario o sector servicios. Al mismo tiempo, la energía que usaremos en nuestro centro será procedente de unas placas solares colocadas en el tejado del mismo, es decir, utilizaremos energía renovable.
En este centro desarrollarán sus habilidades y se sentirán realizados para hacer más ameno el transcurso de su vida. Podrán participar en diferentes talleres en los que realizarán actividades de manualidad, artesanía, pintura y teatro entre otros, y podrán realizar actividades de ocio y tiempo libre. Los beneficios de los talleres serán reinvertidos en la realización de nuevos talleres y actividades de ocio y tiempos libre.
Además, poseerán el cuidado de profesionales y la visita de un médico concertado que evaluará individualmente cada caso. Este centro consta de una piscina y un gimnasio donde estas personas realizarán su rehabilitación ayudados por un fisioterapeuta.
Su principal finalidad es la de crear un hogar para facilitar la manera de vida de dichas personas que, de un modo u otro, poseen una disminución de sus posibilidades físicas y psíquicas que impiden el transcurso de su vida con normalidad.

3 Mercado: clientes y competencia

La empresa FAM, S.L. queremos situarla en Valdepeñas, Ciudad Real, junto a la Avda del Sur antes de la CM-5157.
Pensamos que es un buen sitio para situarla ya que, en esta ciudad, no hay centros de este tipo dedicados al cuidado de personas discapacitadas.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Contra la amenaza de posibles competidores, tenemos el punto fuerte de que el servicio que prestamos es escaso y necesario para la sociedad.
Al ser un centro privado puede haber personas que no puedan permitirse la prestación de nuestros servicios ante la amenaza de nuevos competidores, como pueden ser centros públicos de este tipo.
Valdepeñas es un sitio muy bien localizado, ya que tiene accesos como la autovía A-4 y la línea de ferrocarril. Es una ciudad con gran variedad de servicios y todos los beneficios de la naturaleza.
Al ser este tipo de empresa que ayuda a personas con discapacidad, tenemos la oportunidad de acceder a subvenciones de capital. Además, como utilizamos energía renovable, tenemos más posibilidades de obtener otro tipo de ayudas.

Centro de Educación Sociosanitaria

Cristina Coronel Sánchez

c/ Ben Saprut, nº 2, bloque 7, 4º B.
23009 Jaén.
Tlf. 699 388 349
E-mail: criscoronel27@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Me gustaría crear un Centro de Educación Sociosanitaria, que consistiría en la creación de un gimnasio en el cual existirían varios departamentos:

- Un área social y de ocio,
- Un área de salud y fisioterapia,
- Un área de nutrición y dietética
- Un área de investigación.
- Actividades y servicios prestados.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Un área social y de ocio, en el cual trataríamos de educar y concienciar a la gente del ejercicio físico en nuestra vida diaria.

Sala de máquinas, aerobic, spinning…
Un área de salud y fisioterapia. Se tratarían todo tipo de patologías que pudieran derivarse tanto de problemas del aparato locomotor y como de la alimentación.

Masajes deportivos y tratamiento de todo tipo de patologías a personas de cualquier edad.
Un área de nutrición y dietética. Se haría una valoración exhaustiva del paciente, para ajustarle debidamente el tratamiento alimenticio que deba seguir y educarle y concienciarle de la repercusión que puede tener una mala alimentación.

Elaboración de dietas y seguimiento.
Un área de investigación. Se estudiaría la influencia de ciertos alimentos en relación con la salud y la actividad física.

3 Mercado: clientes y competencia

Estaría dedicado a todas las personas de todas las edades y todos los sectores:

- Niños
- Adultos
- Mayores

Y aplicado a gente que realice una actividad física:

- Fuerte → deportistas de alto rendimiento.
- Moderada → niños y adultos.
- Leve → tercera edad.

Mi competencia podría ser las clínicas de fisioterapia, los gimnasios y los centros de nutrición, pero cada uno de ellos por separado.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Creo que esta idea es una forma diferente de consensuar los conocimientos de distintas áreas en una sola, ya que todo está relacionado y normalmente se ve de forma independiente.

Centro Socio-Cultural Solidario

Laura Martínez Olivares
Inmaculada Martínez Martínez

c/ Pintor Rufino Martoa nº 4, 3º E1.
23006 Jaén
Tlf. 953 252119 / 676185059
E-mail: anmavi@hotmail.com / inmart23@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

El CENTRO SOCIOCULTURAL SOLIDARIO nace como un espacio común y abierto para el desarrollo humano y las iniciativas de información, cultura, educación, medio ambiente y salud integral a través del fomento del bienestar físico, emocional y los valores solidarios.
La idea central de nuestro proyecto es, pues, trabajar para el autoconocimiento y el desarrollo humano de cada persona, de manera que este proceso de aprendizaje y crecimiento permita asomarse a la ventana del mundo con una nueva mirada, más crítica, activa y comprometida. Para ello, el centro ofrecerá las herramientas necesarias para estimular el pensamiento, desarrollar la creatividad, la capacidad de análisis y el autoconocimiento.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El Centro Socio-Cultural Solidario (CSCS) dispone de los siguientes espacios: Cafetería-librería-biblioteca; tienda de comercio justo; eco tienda; espacio para ONG y punto de información al voluntariado; salón de actos; salas de usos múltiples; sala de exposiciones y sala de acceso gratuito a Internet. El Centro Socio-Cultural Solidario desarrolla talleres, cursos y jornadas, exposiciones, rutas temáticas, convocatoria de concursos y otras actividades en cinco áreas:
I. Cultura. Comprende artes plásticas, artes escénicas, artes audiovisuales y Literatura.
II. Medio ambiente. Desde el Centro impulsaremos el desarrollo sostenible.
III. Educación para el desarrollo. El objetivo de este área es cambiar la narrativa que existe actualmente y motivar a las personas para participar y comprometerse en la transformación social en clave de equidad, justicia social y solidaridad.
IV. Salud integral. Pretendemos fomentar la autonomía personal y la capacidad de auto cuidado no sólo a nivel físico, sino también psicológico, emocional y espiritual. Comprende tres sub-áreas: Educación para la salud., terapias alternativas y crecimiento personal.
V. Solidaridad. Uno de los objetivos del CSCS es el fortalecimiento del tejido asociativo y las redes sociales.

3 Mercado: clientes y competencia

El CSCS ofrece una alternativa de ocio, de crecimiento personal del individuo en todas sus dimensiones, una ventana al mundo donde asomarse y establecer lazos con todos los seres que lo conformamos.
La Tienda de Comercio Justo será la primera iniciativa de este tipo en la ciudad de Jaén, y cubrirá una necesidad sentida por muchos jiennenses.
La Cafetería-librería-biblioteca representa otra novedad, un lugar alternativo para tomar algo a solas o en compañía mientras se disfruta de un rato de lectura o se participa en las distintas actividades que se programarán en un ambiente relajado y acogedor.
La sala de acceso libre a Internet es otra de las innovaciones que el CSCS aportará a la ciudad de Jaén.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El mercado que abordamos como organización no lucrativa es el sector de prestación de servicios, en el cual se abre un abanico de actividades a los usuarios.
El personal contratado será prioritariamente personas con discapacidad y pertenecientes a sectores en riesgo de exclusión social. El objetivo que se persigue es favorecer la integración laboral de este colectivo de personas, que se encuentran con especiales dificultades para acceder al mercado laboral.
Puesto que en nuestra ciudad no existe ningún centro o lugar que ofrezca alternativas de ocio, crecimiento personal, educación en valores y cultura, podemos concluir que la competencia es inexistente.

ClassparTICs S.L.

Beatriz Armenteros Ortiz

Tlf. 677 181 442
E-mail: armenterosortiz@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi empresa se dedica a lo que conocemos como clases particulares aplicadas con nuevas tecnologías tanto para alumnos con necesidades educativas especiales como para alumnos cuyos padres, madres y/o tutores legales lo crean conveniente.
En cuanto a la forma jurídica de mi empresa me he decantado por la Sociedad Limitada Unipersonal ya que se trata de una sociedad capitalista donde los socios tienen la responsabilidad de responder a sus deudas de manera limitada a la aportación del capital.
Por lo tanto, en la presentación de mi empresa el nombre o razón social quedaría así: ClassparTICs S.L.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

ClassparTICs se dedica a prestar un servicio de apoyo escolar a nivel particular de manera innovadora. Además del trato personalizado se garantiza, con el uso de las nuevas tecnologías, el estímulo del alumno con programas informáticos adaptados al plan educativo que esté cursando en su centro.
El monitor se traslada al domicilio del alumno con el equipo audiovisual necesario para el desarrollo de la clase. En los centros educativos de Andalucía se están implantando los centros TIC así que, como en su centro ya están implantadas estas tecnologías, el profesor particular ya no visitaría el domicilio del alumno con el simple libro que hoy y día se está quedando desfasado. El profesor aportará material audiovisual con el fin de apoyar la teoría de esos libros pero a la vez haciendo más atractiva la materia.
Recapitulando, ClassparTICs S.L. se dedica a: 1.- Clases particulares a domicilio. 2.-Tutorías personalizadas. 3.- Uso de TICs aplicadas a la educación. 4.- Impartición de temas transversales, fomento de la lectura, etc.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado al que principalmente va dirigida la empresa se centra en un principio en la localidad de Jaén, con la posibilidad de ampliar el mercado junto con el desarrollo de la empresa.
Las oportunidades que presenta este mercado local son aceptables ya que como sabemos hay muchos estudiantes de diferentes niveles educativos que necesitan un estímulo o apoyo a lo largo de su vida académica. Un apoyo que lo ayuda a despegar y volar solo y no a tener que estar constantemente "arrancándolo" a lo largo de su vida.

- ClassparTICs S.L. se dedica a un tipo de cliente específico. En principio se ofrece a alumnos con o sin necesidades educativas especiales pertenecientes o cursando estudios de educación primaria y/ o secundaria. Asimismo también da clases para alfabetización de adultos.
- La competencia real que se presenta para la empresa dentro de la localidad de Jaén se trata de autónomos que dan clases particulares.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

ClassparTICs, además del trato personalizado al alumno, ofrece un servicio fresco, ameno y actualizado, con el que puede desarrollar su potencial académico recibiendo un apoyo audiovisual.
Este apoyo audiovisual que transmitimos a través de las nuevas tecnologías provoca en el alumno un aumento del interés por la materia que le ayuda para la comprensión y asimilación de los conocimientos.
Las nuevas tecnologías que vamos a utilizar se basan en métodos audiovisuales interactivos como son algunos programas informáticos.
A parte de los programas interactivos, utilizaremos otro tipo de material didáctico como es la música, videos, gráficos… que aporten algo significativo para despertar la atención del alumno. Por ejemplo, podemos utilizar una película que tenga de trasfondo algún hecho histórico o simplemente para comprender la biografía de un autor.
Las películas también podemos utilizarlas para fomentar la lectura. ¿Cómo? Haciéndole ver al alumnado cómo en las películas se omiten detalles importantes de la historia que tenemos escrita en el libro. Con esto potenciamos su interés por la lectura.

Contenac (Contenedores Accesibles)

Manuela García Lorite

Tlf. 699 87 89 44
E-mail: m.garcialirite@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

"Contenac. Contenedores Accesibles" es una empresa cuya actividad principal es la fabricación de contenedores accesibles para discapacitados. La forma jurídica que adoptará la empresa será Empresario Individual o Autónomo debido, principalmente, a que sólo existe un socio; que no se requiere un capital mínimo inicial y por la sencillez de la constitución. Con el tiempo, si la actividad va progresando, posiblemente se cambie la forma jurídica por Sociedad Limitada.
Los contenedores accesibles poseen características que los diferencian de los contenedores convencionales, como una nueva una apertura situada a media altura del contenedor así como un letrero en Braille que especifique el tipo de contenedor y los residuos que se depositan en él. Dependiendo del tipo de contenedor la apertura adicional accesible tendrá una forma u otra.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

A continuación se procederá a la descripción de cada contenedor: **a)** Materia orgánica. Se trata del clásico "contenedor gris". La nueva abertura constará de dos placas metálicas ligeras para facilitar su uso, formando un ángulo superior a 90°, unidas por un sistema hidráulico al contenedor. En la parte frontal se colocará un tirador de plástico con una longitud ¾ de la anchura del hueco. La persona sólo tendrá que tirar suavemente del tirador hacia afuera, introducir la bolsa y cerrar, de modo que la bolsa caerá automáticamente al contenedor debido al ángulo que forman las 2 placas. **b)** Papel-cartón. Se trata del clásico "contenedor azul". La apertura accesible será semejante en tamaño a la apertura clásica. La diferencia radica en el cierre: en la tradicional es metálico, mientras que en la nueva se usarán tiras de plástico para facilitar su uso y evitar que salga el papel. **c)** Envases. Se trata del clásico "contenedor amarillo". En forma de iglú con un orificio adicional en forma de círculo. Al igual que en el contenedor de papel cartón, esta nueva apertura se cerrará con tiras de plástico para facilitar su uso. **d)** Vidrio. Se trata del clásico "contenedor verde". En forma de iglú con un orificio adicional en forma de círculo. Al igual que en el contenedor de papel-cartón y de envases, esta nueva apertura se cerrará con tiras de plástico.

3 Mercado: clientes y competencia

En principio, la actividad de la empresa se centrará en el ámbito provincial (Jaén), aunque con el tiempo podría ampliar fronteras y expandirse por el terreno autonómico, así como por todo el territorio nacional.
Los clientes potenciales de "Contenac. Contenedores Accesibles" en la provincia de Jaén serían los siguientes:

- Diputación Provincial de Jaén.
- RESUR Jaén S.A. Esta empresa gestiona la recogida, tratamiento y eliminación de los residuos en 96 de los 97 municipios que forman la provincia de Jaén.
- Ayuntamiento de Jaén. Este ente gestiona la recogida y eliminación de sus residuos de forma independiente a la Diputación de Jaén y a RESUR Jaén S.A.
- Ayuntamientos de Martos, Úbeda, Torredonjimeno, Torredelcampo y Jódar.

En cuanto a las empresas que prestan el mismo servicio, destacar a "Contenur".

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Como elemento innovador en este proyecto está el favorecer el uso por parte de los discapacitados de esta parte del mobiliario urbano, y favorecer así un poco más la integración en la sociedad de este colectivo. Además tiene como aliciente la concienciación y sensibilización medioambiental de la población, al solapar esta iniciativa por el reciclaje de residuos y la dificultad que el colectivo tiene para realizarlo en los contenedores habituales en nuestras ciudades.

Decorartista

Joaquín Darío Gómez Villén

c/ Mulhacén, nº 3.
Illora (Granada).
Tlf. 699 811 333
E-mail: jagovi18@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

En resumen, la empresa "DECORARTISTA" se compromete a decorar supliendo de obras de arte a locales públicos de manera que cada obra de arte esté a la venta para que todo aquel que lo desee la adquiera por un precio fijado. Una vez se venda esa obra de arte, se repondrá con otra obra de arte a elección del dueño del local.
De esta manera nace un nuevo concepto, el local pasa a ser una especie de galería de arte, ganará en prestigio y esto será incentivo para que los clientes lo frecuenten con un interés secundario, el ver las posibles nuevas obras de arte. Al mismo tiempo, los artistas que lo deseen o que no pueden permitirse exponer en una galería privada, podrán darse a conocer y rentabilizar sus obras de un modo cómodo.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa "DECORARTISTA" será el canal entre artistas y los futuros compradores de sus obras, usando como nexo a aquel que tenga un local y desee decorarlo.
La empresa contará con soporte web, que servirá como catálogo de obras que podrán consultar los dueños de locales para seleccionar sus preferencias; al mismo tiempo se mostrarán los locales que participan en el proyecto para que los posibles compradores de arte puedan conocer dónde existe esta posibilidad.
Como se ha dicho anteriormente, se ofrece la decoración dinámica del local a cambio de una cantidad de dinero periódica (en concepto de costes de transporte, personal, mantenimiento, etc., que será similar al coste que tendría decorar permanentemente el local). Por otra parte se ofrece a los artistas un lugar donde exponer y poder vender sus obras, a cambio de una pequeña comisión por las obras vendidas y los servicios prestados.
La empresa "DECORARTISTA" gestionará la captación de dueños de locales y de artistas, así como los transportes de las obras de arte y su adecuada disposición.
Mantendrá decorados en todo momento los locales que contraten sus servicios, siendo establecida la cantidad de cuadros y esculturas en el contrato.

3 Mercado: clientes y competencia

La empresa cuenta con tres grupos de clientes. Los dueños de locales que solicitan los servicios de "DECORARTISTA", los artistas que suplirán las obras de arte y los compradores de arte.
Los dueños de locales son un amplio grupo y su estudio es interesante.
"DECORARTISTA" ofrecerá sus servicios para comedores de hoteles, restaurantes, paradores, hostales, cafeterías, salas de espera de clínicas, de administraciones…
La competencia vendrá representada por las empresas de decoración a las que cada local pueda acceder y las galerías de arte en las que cada artista pueda exponer.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

1.- "DECORARTISTA" nos introduce el concepto de decoración dinámica a un bajo coste, convirtiendo un comedor, por ejemplo, en un lugar para comer, en el que podamos satisfacer de cierta manera nuestras necesidades de arte. 2.- Las empresas de decoración no realizan el mantenimiento de los espacios decorados. En caso de realizarlo, éste requiere una nueva inversión por parte del cliente. 3.-"DECORARTISTA" ofrecerá sus servicios de modo continuo durante el tiempo estipulado en el contrato y la rotación de obras no requerirá un aporte económico extra, sino que se hará de forma automática según se vendan las obras. 4.- No se suele tener acceso a las obras únicas que ofrece "DECORARTISTA" ya que estas serán obras exclusivas que llegarán directamente desde el taller del artista al local a decorar. 5.- Los artistas "sin nombre" encuentran problemas con las ventas por medio de galerías. "DECORARTISTA" no discrimina por nombres, la calidad de las obras será la determinante. 6.- Las galerías de arte son frecuentadas por un número inferior de personas que el que puede frecuentar cualquier comedor de hotel, restaurante, parador, etc.

Diraya

Gema Sánchez Ballesteros

Expansión Norte.
23009 Jaén.
Tlf. 677 388 330
E-mail: anmavi@hotmail.com / goldie_sb@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Comienza como un ambicioso e incluso pretencioso proyecto que engloba diferentes ideas que giran en torno a un mismo eje: las relaciones sociales. Se basa en un centro asistencial abierto a todo tipo de personas, sin distinción de edad, sexo, raza, género, creencias, etc. Su función básica es unir a las personas, que no se sientan solas, cubrir las necesidades socioemocionales de todos los usuarios del centro, fomentar las habilidades sociales, etc. Alrededor de todo esto surgirían una serie de servicios para optimizar el funcionamiento del centro cívico-social, tales como bares, restaurantes, bolera, multicines, etc., formando todo ello un conjunto cívico y de ocio. Lo importante es que nunca pierda la esencia de por qué se ha creado, aunque luego crezca.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

A grandes rasgos se ofrecen servicios tales como: Centro Cívico, Centro de desarrollo infantil y juvenil, Restaurantes, Bares, Bolera, Discoteca, Multicines, Servicio de transporte adaptado, etc.

3 Mercado: clientes y competencia

En un primer momento, se centrará en Jaén capital y sus visitantes (Universitarios, alumnos Erasmus, ancianos, jóvenes, personas solteras, divorciadas, víctimas de la violencia de género, etc.) con posibilidad de ir ampliando mercado a nivel provincial y regional. Posteriormente se pretenderá que sea un referente en Andalucía Oriental y que su público cada vez sea mayor.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Lo innovador y emprendedor de la idea es la funcionalidad del servicio 24 horas de las instalaciones, la utilización de internet para acceder a todos los servicios del centro, el transporte adaptado para personas que así lo requieran, el trato personalizado en cada uno de los servicios y la excelente atención al cliente, que es por lo que se va a diferenciar de la competencia. Además de la pretensión de integración social e intercultural, que aunque pudiera dar la sensación de ser arriesgado, ahí radica la esencia de este proyecto, un mundo sin fronteras, dónde todos podamos vivir y cada persona cuente y se respete, con lo que conllevará una gran riqueza intercultural y apertura de la mente.

Diseña Web

María Leticia Lara Palomino

Tlf. 617 659 139
E-mail: marialeticia.larapalomino@telefonica.es

1 Descripción de la idea de negocio

Con el boom actual de las telecomunicaciones e Internet se hace necesaria la presencia en la red de todas las empresas que aspiran a ampliar su negocio y la creación de una empresa de publicidad en Internet se antoja imprescindible. La idea de empresa Diseña Web viene a cubrir el hueco debido a la casi inexistencia de competencia en este campo en Jaén y las necesidades de desarrollo de nuestra provincia, constituyendo todo esto un terreno óptimo para explotar el terreno publicitario de Internet en Jaén.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Los servicios que ofreceremos serán:

- Desarrollo de páginas web publicitarias
- Cursillos de uso de Internet para los clientes, ya que si van a tener una página web y conexión a Internet necesitarán conocer los rudimentos de la red. Ampliable a los no clientes.
- Barra de publicidad en los PC's privados
- *Mailing*

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes serán empresas, en un comienzo de la provincia de Jaén, aunque no cerraremos las puertas a otras sociedades que muestren interés en nuestros servicios.
El servicio que ofreceremos tal vez no posee actualmente un especial interés para las empresas de la provincia, por lo que habremos de crear la necesidad de esta publicidad en Internet.
Las empresas que podrían estar interesadas en nuestros servicios son aquellas que poseen una holgura económica suficiente como para permitirse inversiones en un campo no muy consolidado en nuestra provincia, si bien cualquier empresa está interesada en anunciarse en los medios más diversos posibles para atraer a los compradores potenciales.
Creemos que los empresarios que estén interesados en nuestros servicios serán aquellos que están más al día en la tecnología, ya que entenderán claramente la necesidad de cambiar el enfoque publicitario de su empresa y ampliarlo al vasto mercado al que se puede acceder desde Internet.
Las decisiones en materia de publicidad de los empresarios en general están basadas en dos pilares fundamentales: el precio y la repercusión de esta publicidad. Por lo tanto, uno de nuestros principales objetivos será mostrar a los empresarios la relación entre estas dos variables, muy favorable en el caso de la publicidad en Internet, ya que por un precio muy razonable se consigue que millones de personas puedan tener acceso a esta información. La competencia en este sector, enfocándonos en Jaén, es casi inexistente.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

En un entorno tan competitivo como es el mercado actual es necesario obtener una ventaja competitiva suficiente para diferenciarse de las demás empresas que ocupan el mercado. Con la contratación de nuestros servicios el cliente conseguiría un mayor impacto en su público objetivo, ya que conseguiría publicitarse ante un target mundial por un gasto casi simbólico, sobre todo si comparamos los precios de la publicidad en medios impresos con los de la publicidad en Internet. Del mismo modo, el ámbito local o provincial que posiblemente se alcanzará con una campaña publicitaria normal (prensa escrita, carteles, promociones) se ve ampliamente superado por el alcance que puede tener Internet.

Diseño, fabricación y venta de aparatos de gimnasia

José Manuel García Ruiz

Avda. Poeta José Jurado Morales, nº 22 (Puerta izq.).
23700 Linares (Jaén).
Tlf. 617 659 139
E-mail: josema_17_gr@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Como estudiante de ingeniería mecánica que soy, me gustaría dedicar la mayor parte de mi vida laboral, si no toda, a trabajar con máquinas o, por qué no, diseñarlas. Por eso he ideado este proyecto que no resulta para nada ambicioso pero que a la vez es práctico y estoy casi seguro de que tendría una gran aceptación.
Se trata de una empresa dedicada al alquiler de aparatos de gimnasia, pero con una fabricación propia de los componentes (he aquí la aplicación de mi carrera a la empresa), lo que abarataría mucho los costes de producción de nuestros aparatos, debido a que si nosotros tenemos nuestras propias piezas y la mano de obra no pagaríamos tasas extras por transportes o montajes.
Me gustaría convertir mi proyecto en una empresa innovadora en todos los aspectos, y a la vez ser lo más respetuoso posible con el medio ambiente y prestar los mejores servicios a los clientes.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Hoy en día a las personas, tanto hombres como mujeres, nos gusta cuidarnos mucho, y por tanto se suelen utilizar los gimnasios para ello. Pero también tenemos muy poco tiempo libre y, en la mayoría de los casos, los horarios de los “fitness centres” no son compatibles con nuestras actividades cotidianas. Por ello, si un cliente alquilase nuestros productos tendría una o varias máquinas (según sus necesidades y posibilidades) por un precio económico, podría utilizarla cuando quisiera y así cuidarse y estar en forma a la vez que realiza sus actividades de todos los días.
Aunque en principio la idea se basa en el alquiler de equipos, también se estudiaría, según la demanda de clientes, conceder el derecho a compra. Esta opción podría ser importante, ya que si a un cliente le interesase por cualquier motivo o quisiera comprarla para no pagar más alquiler, podría hacerlo sin ningún tipo de impedimento.

3 Mercado: clientes y competencia

Mi proyecto pretende entrar en el mercado de productos deportivos y creo que podría hacerse un hueco rápido en él por varias razones, a pesar de que en principio parecería difícil, debido a que no sería una marca conocida, pero lo más seguro es que los clientes terminarían comprándolas debido a sus bajos precios por los motivos que ya he explicado antes.
Aunque los jóvenes serían, en principio, a los que va dirigido el negocio, tal vez también se podría estudiar llegar a algún tipo de acuerdo con, por ejemplo, alguna empresa relacionada con la Junta de Andalucía, para así tener unos beneficios casi asegurados.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestros principales competidores serían los gimnasios y centros de belleza que, a pesar de que ya ofrecen matrículas gratuitas, el cliente preferiría usar el aparato en casa y a la vez sacar beneficios del dinero que paga por nuestros servicios.
Una persona mayor no siempre tiene la posibilidad de desplazarse a centros especializados y, por ello, se le facilitaría un monitor particular, para causarle la mínima molestia al cliente.
Otro aspecto que jugaría un papel bastante importante a nuestro favor es que nuestros clientes aprovecharían al máximo la hora pagada ya que la clase sería única y exclusivamente para ellos, cosa que no pueden ofrecer los gimnasios, ya que ellos trabajan con grupos y no preparan ejercicios específicamente para cada cliente.
Nuestros monitores serían en un tanto por ciento a determinar según las necesidades, alumnos que cursan estudios universitarios, ya que aquí podrían hacer prácticas para obtener experiencia y a la vez cobrar por los servicios prestados.
También podríamos ofrecer un servicio rápido porque al fabricar nuestros propios componentes no habría esperas para repararlos y el cliente podría hacerse rápido con los aparatos nada más contratar el servicio.

Diseño y comercialización de un router gestor de descargas

Israel Choque Gutiérrez
Tlf. 649 99 35 17
E-mail: rioncrane@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de empresa que se presenta aquí trata sobre diseñar un router que tenga implementado un sistema operativo ligero y el software necesario para albergar y ejecutar programas P2P, incluyendo las de páginas de almacenamiento masivo como RAPIDSHARE, MEGAUPLOAD, y almacenarlas en un sistema de almacenamiento masivo como podría ser un disco duro incorporado al dispositivo. En la actualidad no existe un dispositivo de este tipo. El elemento diseñado se conectaría al PC mediante USB.
Las especificaciones del nuevo hardware a diseñar serían las de un router compatible con todos los ISP y una entrada USB para el disco de almacenamiento externo, mas una pantalla LCD que permita ver el estado de las descargas, del espacio en disco y estadísticas sin necesidad de usar el PC.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa procederá al diseño de un dispositivo hardware. También desarrollará un software de gestión para dicho dispositivo. Posteriormente se procederá al registro de la propiedad industrial y a la comercialización del dispositivo. Actividades anexas podrían ser actualización del software soporte técnico y mantenimiento del mismo.
La principal innovación será la creación de un dispositivo que gestione la transmisión de datos por los principales programas para compartir archivos de manera automática y simple.
Entre el valor añadido que el nuevo producto puede ofrecer al cliente podemos destacar: 1.- La comodidad, al necesitar la intervención del usuario sólo para seleccionar el archivo a bajar. 2.- Facilidad para ver el estado de la red, de los archivos. 3.- Sacarle el máximo partido a las conexiones de banda ancha con tarifa plana. 4.- El ahorro de tiempo para el cliente. 5.- Reducido tamaño y consumo de energía. 6.- Mayor eficacia ante virus informáticos.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que pretende abordar es el de abonados y empresas interesadas en compartir archivos por internet.
La principal oportunidad está relacionada con el tiempo que se invierte en compartir archivos por parte del usuario y el nivel de conocimiento que se necesita para configurar o usar los software para compartir archivos, ya que el cliente valora su tiempo y su simpleza.
No existe un producto que ofrezca los mismos servicios. El cliente es cualquier abonado a una tarifa plana o empresa interesada en el intercambio de archivos.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La principal ventaja frente a los programas para compartir archivos instalados en el PC del usuario son:

- Consumo de recursos, dejando el PC del usuario más lento para otras aplicaciones. Con el nuevo producto no necesita que el PC este encendido.
- Espacio en el disco duro del PC del usuario: para cada descarga de archivos, el PC reserva todo el espacio que ocupará el archivo a bajar dejando cada vez menos espacio aunque no se haya bajado nada. El nuevo producto contará con un hardware de almacenamiento masivo (disco duro externo).
- Tiempo requerido de cada usuario en ver el estado de las descargas y luego unir las partes en el caso de las páginas de almacenamiento masivo. El nuevo producto administrará automáticamente todas las descargas.
- El consumo de energía y la inseguridad de descargar virus directamente a los archivos del sistema operativo: el nuevo producto consume menos energía que un PC y cualquier archivo descargado pasa directamente al disco duro externo donde no puede ejecutarse y puede ser detectado luego por el antivirus del PC.

Diseño y comercialización de un router híbrido PLC+WIFI

Israel Choque Gutiérrez
Tlf. 649 99 35 17
E-mail: rioncrane@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Un solo dispositivo para expandir redes a altas velocidades, que estará compuesta por dos tecnologías como:

- ***Power Line Comunication, PLC.*** Se trata de una tecnología que permite ofrecer servicios de comunicación de banda ancha a través de la red eléctrica.
- ***WI-FI (Wireless Fidelity)*** que consiste en el acceso inalámbrico que opera en una banda de uso libre del espectro radioeléctrico.

La idea de empresa que se presenta aquí trata sobre la unión de ambas tecnologías en un mismo dispositivo. Se trata de diseñar un router que pueda conectarse simultáneamente a través de conexión inalámbrica y a través de PLC. En la actualidad, un dispositivo híbrido que combine ambas tecnologías no existe. Se trataría de diseñar el dispositivo (las tecnologías son conocidas y el diseño es técnicamente posible) y proceder a su posterior comercialización.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa procederá al diseño de un dispositivo hardware basado en PLC y WIFI para que trabajaran juntos. También desarrollará un software de gestión para dicho dispositivo. Posteriormente se procederá al registro de la propiedad industrial y a la comercialización del dispositivo. Actividades anexas podrían ser el despliegue de redes que utilizarán este nuevo producto, la formación sobre el nuevo producto e incluso el soporte técnico y mantenimiento del mismo.

Innovación que aporta

La principal innovación será la creación de un dispositivo que propague la red a través de las paredes y los pisos con gran eficacia, sin cableados nuevos, sin modificar la estructura del edificio, con soporte para ordenadores con y sin dispositivos inalámbricos.

Valor añadido para el cliente

Entre el valor añadido que el nuevo producto puede ofrecer al cliente podemos destacar:

- La comodidad, al no ser necesario establecer nuevas infraestructuras de cableado para conectar los dispositivos, tengan o no tengan éstos acceso inalámbrico.
- Facilidad de uso.
- Pequeño espacio.
- Rapidez en la instalación.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado es muy amplio, es posible utilizarlo en el hogar y será especialmente útil en familias de parejas jóvenes y con varios hijos, donde es posible que hayan varios ordenadores en el domicilio. También en todo tipo de empresas, pequeñas, medianas o grandes. Las grandes empresas, con pocos dispositivos podrían cubrir varias plantas con la red WI-FI y extender la red cableada sin necesidad de instalaciones adicionales.

La principal oportunidad está relacionada con el imparable ascenso del uso de Internet tanto en los hogares como en las empresas, y la necesidad de tecnologías que permitan el acceso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Usuarios domésticos, empresas pequeñas, medianas o grandes, comunidades de vecinos, oficinas comerciales de todo tipo, viviendas con una infraestructura que presenta obstáculos a la hora de montar una red cableada o WI-FI... para solventar todo estos problemas sin necesidad de hacer cableados o comprar dispositivos WI-FI más potentes.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Las principales ventajas frente a los routers WI-FI es que con la tecnología PLC la red puede atravesar paredes, pisos y más obstáculos que una red WI-FI normal no puede.

La ventaja frente a los PLC es que la red WI-FI permite movilidad frente a la necesidad de tener que conectar los dispositivos con cables.

Dolorterapia S.L.

Luisa Mª Alonso Maroto

C/Porcuna nº7 - 3G.
23006 Jaén
Tlf. 656 58 31 11
E-mail: luisa.alonso_maroto@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Creación de una Clínica para el tratamiento de dolor y de las enfermedades degenerativas. El objetivo es el diagnóstico y tratamiento de enfermedades que con mayor frecuencia afectan a las personas mayores de 55 años. Estará ubicada en la provincia de Jaén, en una zona de expansión y crecimiento urbano, como es la zona del Boulevard.
La clínica poseerá zonas comunes situadas alrededor del inmueble y la propia edificación, que constará de dos plantas. Se podrán encontrar áreas comunes como una tienda especializada con productos para mayores, parafarmacia, zonas ajardinadas, piscina exterior, aparcamientos, pisos tutelados… En planta baja la recepción, el gimnasio, la piscina, los vestuarios, las consultas de psicología, neuropsicólogo, logopedia, neurólogo, médico especialista en tratamiento del dolor, fisioterapeuta, comedor, salas de espera, cafetería, centro de día, departamento de administración de la empresa, salas para impartir formación y para los talleres, sala de T.V y juegos, ascensor, rampa y escaleras. Y en planta superior las habitaciones dobles e individuales, la unidad de encamados, el control de enfermería y las salas de descanso de personal sanitario. Todas las instalaciones estarán adaptadas para personas de movilidad reducida.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades principales de la empresa serán: formación destinada a los futuros profesionales, servicios de Clínica-Residencia Geriátrica, prestaciones de Rehabilitación en régimen de ambulatorio y urgencias, asistencia médica y/o psicológica, logopedia, fisioterapia, de Clínica-Residencia a pacientes en coma, apoyo psicológico a las familias (videoconferencia, e-mail, móvil…) centro de día, tanto para estancias temporales como estancias de fin de semana, además de viviendas tuteladas para mayores y talleres para la tercera edad.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado al que se dirige es nacional, pues hoy por hoy no existe ningún centro que se dedique al tratamiento de estas especialidades en una misma sede. Aunque sí encontramos clínicas privadas para el tratamiento del dolor, a nivel estatal como autonómico, que destacan por su consolidación en el mercado, su dotación de profesionales especializados y por sus instalaciones de reciente construcción. A pesar de ello, actualmente no existe ningún competidor provincial, por lo que el mercado en principio es bastante amplio. Los posibles clientes de la empresa son: personas aquejadas de cualquier tipo de dolencia (tales como hernia discal, esguince cervical, artrosis, cefaleas, herpes zoster, jaqueca, migraña, lumbociática, neuralgias, parálisis de Bell, Polineuritis, artritis reumatoide, dolor crónico, pacientes en tratamiento oncológico, personas con alguna enfermedad degenerativa tipo Alzheimer, Parkinson, Esclerosis, Esclerosis múltiple, Esclerosis Lateral Amiotrófica, E.L.A.-, Distrofia Muscular, Ataxias, Fibromialgia, Corea de Hungtington, enfermedad de Wilson, Hidrocefalia, síndrome de Steele-Richardson, Calcificación idiopática de los núcleos basales, Parálisis supranuclear progresiva.…), personas mayores de 55 años sin ningún tipo de enfermedad degenerativa, familiares, demandantes de formación específica.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Tiene un marcado carácter innovador ya que se combina el tratamiento multidisciplinar de enfermedades degenerativas con el tratamiento del dolor. Es un nuevo servicio con valor añadido que los diferencia de los demás y que pretende ser un referente a nivel nacional. En esta clínica se pretende destacar la importancia de la calidad asistencial, la especialización de sus profesionales, el uso de las nuevas tecnologías aplicadas a la gerontología, su importante situación geográfica y las buenas redes de comunicación existentes en Jaén con otras provincias.

DomoJaén

Francisco José Garzón Gasco

Tlf. 687 993 992
E-mail: fjgarzon@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Actualmente las nuevas tecnologías cogen una gran presencia en el hogar. Es lo que conocemos como Vivienda Domotizada o Inteligente.
Estas funcionalidades se pueden extender al: CONFORT, GESTIÓN, SEGURIDAD Y COMUNICACIÓN.
Consiste, pues, en el desarrollo de sistemas integrales de domótica, utilizando dispositivos existentes en el mercado, con dispositivos móviles (teléfonos móviles, pda´s, tablet PC, …) de control y equipos informáticos con un software fácil e intuitivo de manejar, dirigido no sólo al usuario final sino también a promotores y estudios de arquitectura e ingeniería (englobando en estos a todo el personal técnico que entra a formar parte e influye en el proyecto y la ejecución de edificaciones).

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad de la empresa se centra principalmente en ofertar a las empresas de servicios, promotores, estudios técnicos y usuarios finales servicios informáticos de forma integral para el control domótico de la vivienda a través de un software propio, fácil, cómodo e intuitivo, instalado en un miniPC conectado a un receptor de televisión, y con teclado reducido (del tamaño de un mando a distancia).
De esta manera no sólo podrá manejar toda la vivienda desde el sofá de su vivienda o desde cualquier parte de ésta utilizando Pda´s y/o Tablet PC con conexiones inalámbricas, también desde fuera de ella a través de Internet o de dispositivos móviles de última generación, todo integrado con nuestro software, sino que se le permitirá comunicarse con el resto de mundo a través de Internet (web, correo, mensajería, redes virtuales con su empresa, …) utilizando las líneas de adsl existentes en el mercado (aprovechando su bajo coste). Los principales servicios a ofrecer son: 1.- Planificación e implementación de todo o parte del sistema. 2.- Mantenimiento y actualización. 3.- Desarrollo de software a medida. 4.- Formación especializada en nuevas tecnologías. 5.- Asesoramiento. 6.- Supervisión. 7.- Redes virtuales (VPN).
El proyecto consiste pues en cubrir la totalidad de las necesidades que en el campo de las nuevas tecnologías pueden darse y más se demanden, ya que las posibilidades son muy grandes.

3 Mercado: clientes y competencia

Profesionales: promotores y estudios de arquitectura e ingenierías, que según un estudio realizado con profesionales del sector es un servicio con grandes expectativas. Además, debido a que el mercado inmobiliario actual tiende a viviendas de poca superficie y/o a viviendas de lujo, pudiendo instalar en las primeras pequeñas instalaciones domóticas a precio tan competitivo como su superficie, y dotar a las segundas de unos equipamientos en consecuencia de su calidad.
Empresas de Servicios: Otras empresas de servicios informáticos.
Doméstico: El usuario final es cada día más exigente, y la integración que se pretende aporta tiene ese nivel de exigencia a unos precios muy competitivos y asequibles.
Competencia encontrada:
Actualmente el número de empresas que trabajan dentro del campo de la informática es elevado, también dentro de la domótica, si bien no se ha encontrado ninguna que preste el servicio de forma integral tal y como se pretende hacer.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La integración del control de los sistemas domóticos de la vivienda tanto desde dentro de la propia vivienda como desde fuera de ésta, con otros sistemas cada vez más utilizados de Internet (acceso web, correo electrónico, mensajería, VPN corporativa, alojamiento web), multimedia, y todo desde un solo dispositivo centralizado en un lugar de la casa como puede ser la televisión del salón.
En definitiva, ofrecer funciones y servicios que ayuden en la gestión y el mantenimiento de la vivienda; incrementen la seguridad; aumenten el grado de confort; mejoren la accesibilidad de personas discapacitadas; mejoren las telecomunicaciones; ahorren energía y tiempo y que ofrecen nuevas fórmulas de entretenimiento, ocio, tele-trabajo, etc.

Domótica y robótica para el hogar

Jesús Puertas Martínez

c/ Principado de Asturias, nº 5, 1º K.
Tlf. 653 238 166
E-mail: jpuertasmartinez@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Domótica y robótica para el hogar es una idea de negocio novedosa que pretende acercar a los consumidores las ventajas de la informática aplicada al hogar. La idea base es la fabricación, instalación y revisión de instalaciones domóticas para el hogar, entre las cuales se encuentran la seguridad, climatización y confort familiar.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Nuestra meta es la fabricación y comercialización de sistemas inteligentes para el hogar, tanto como su mantenimiento y revisión. Estos se podrían clasificar en 4 grupos principales

- Vigilancia y seguridad: Dentro de este tipo de productos se encuentran los sistemas de seguridad para el hogar, videocámaras dirigidas por el usuario, así como sistemas de vigilancia y protección para que los padres puedan controlar a sus hijos.
- Confort I, climatización y control a distancia: En esta cartera de productos nos encontramos diversos automatismos controlables a distancia, como control de persianas y ventanas, climatización y ventilación automática y puesta en funcionamiento de electrodomésticos básicos a distancia, luminosidad y acondicionamiento.
- Confort II y robótica: En este tipo de productos vamos a englobar otros productos de confort, como los robots. El uso de robots que realizaran tareas programables. Un claro ejemplo de este tipo de productos, puede ser un robot de cocina, un robot limpia-suelos, o cortacésped automático.
- Control Sanitario y otros: Por último, vamos a desarrollar productos para el incremento del bienestar de las personas enfermas, discapacitadas o dependientes en general, para ayudarles a éstos y a sus allegados. Son tipos de productos muy específicos y adaptables al tipo de persona y enfermedad.

3 Mercado: clientes y competencia

La estrategia comercial del grupo de empresas global es la ocupación de todo el mercado. Por eso podemos clasificar a nuestros grupos de clientes en:

- Clientes de poder adquisitivo alto: Para este tipo de clientes, el paquete de herramientas y automatismos, proporcionalmente más elevado. Este tipo de cliente, además de los productos de domótica, va a acarrear un diseño más exigente, en el que los propios departamentos de I+D y marketing van a desarrollar diseños para estos productos.
- Clientes con poder adquisitivo medio: Este será nuestro tipo de cliente estándar, para el cual se intentará ofrecer unos paquetes de productos básicos, adaptado al tipo de necesidad de cada uno de ellos.
- Clientes con discapacidad u dependencia: Domótica y Robótica para el hogar, también pensando en aquellas personas con dificultades –y también en sus familiares y cuidadores–. Por eso desarrollará una línea de productos destinada a este colectivo, y con automatismos de distinta naturaleza; como servicios de atención y control médica o ayudas y facilidades a personas con minusvalías de tipo físicas o psicológicas.

La competencia no está especialmente definida porque las empresas que operan en el sector ofrecen otros productos distintos o concentrados en un único tipo de producto o cliente. Pero las ventajas competitivas que ofrece el grupo son, principalmente, su tamaño, la calidad y la búsqueda de una imagen corporativa seria y de prestigio.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La mayoría de las personas trabajan de media entre 8 y 10 horas diarias, muchas veces en jornadas partidas entre mañana y tarde. Nuestro objetivo es proporcionarles a esas personas la comodidad de volver a casa y no tener que realizar parcialmente esas labores domésticas. Encontrar el hogar limpio, aclimatado, con la comida cocinada, o saber que nuestros hijos o el hogar están protegidos. En definitiva, crear tiempo de ocio para las personas es nuestra forma de crear valor añadido.

Esta comodidad se traduce también para las personas dependientes y sus allegados y cuidadores. La comodidad de poder actualizar constantemente su perfil médico, realizar consultas sin necesidad de desplazamiento, tener la seguridad de saber que en todo momento está protegido o poder realizar actividades cotidianas que, de otra forma, les sería más difícil.

Dotación de instalación fotovoltaica en grúas

Ernesto Ortega Sillero

c/ Doctor Oloriz, 5.
18360 Huétor Tájar (Granada).
Tlf. 655 924 217
E-mail: kunta1984@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea surge en el momento en que se cree importante la necesidad de disponer de equipos eléctricos capaces de funcionar de forma autónoma, para lo cual nuestra principal referencia es el empleo de energía solar fotovoltaica, estudiando la forma de adaptar este tipo de instalación a ciertas máquinas eléctricas, tales como grúas, empleadas principalmente en el sector de la construcción.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad principal de la empresa será la dotación, instalación, adecuación y adaptación de equipos fotovoltaicos sobre maquinaria eléctrica, principalmente en grúas, de tal forma que éstas puedan funcionar de forma autónoma. Así mismo, se complementará dicha actividad ofreciendo un completo servicio de mantenimiento y reparación de todo equipo e instalación de este tipo.
La máquina también podrá funcionar a través de conexión eléctrica a la red mediante un conmutador para los casos en que se crea más conveniente un servicio u otro.
La instalación fotovoltaica sobre la grúa constará de paneles solares instalados en la torre de la grúa, así como en la pluma, en la parte superior, de forma horizontal con respecto al suelo. La energía tomada del sol a través de los paneles solares se llevará a un equipo que hará las funciones de batería, y estará en el suelo, a pie de la grúa, donde se almacenará la energía. La grúa irá conectada a este equipo, a través del cual funcionará de forma autónoma.

3 Mercado: clientes y competencia

El principal mercado que se pretende abordar será el sector de la construcción, dado que en este gremio es donde se emplean este tipo de máquinas. En un sector en constante evolución como es el de la construcción, supondrá una innovadora mejora el funcionamiento autónomo de grúas.
Las oportunidades que presenta la empresa de construcción son la instalación y dotación fotovoltaica sobre las grúas que ya existen en el mercado. Esto supone una ventaja para la empresa, ya que si quiere disponer de una grúa fotovoltaica, no tendrá que adquirirla nueva.
Otro mercado que se pretende abarcar será la fábrica de grúas, con el fin de que en un futuro estas máquinas puedan comercializarse con este sistema de serie, o más bien como un extra.

Tipos de clientes y competencia existente.

El principal cliente será la empresa de construcción, así como autónomos vinculados a este sector. Otro tipo de cliente será el dedicado a la fabricación y construcción de este tipo de máquinas, fábricas de grúas, con el fin de que el sistema quede instalado en las máquinas antes de su comercialización. El objetivo es que en un futuro el cliente pueda comprar estas máquinas con el sistema instalado previamente en la fábrica. La competencia existente en ambos sectores es nula, ya que es un sistema que todavía no se ha puesto en marcha; será algo totalmente nuevo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación aportada será disponer de maquinaria eléctrica, como ya hemos dicho, grúas, que sean capaces de funcionar de forma autónoma. Cuando se precise de esta maquinaria no será necesario disponer de conexión eléctrica a la red para que ésta funcione, como ocurre actualmente. Esta innovación será de gran utilidad cuando necesitemos estas máquinas en medios rurales, donde siempre es complicado el acceso a la red eléctrica, y en medios urbanos, donde puede no interesar o convenir la contratación eléctrica.

Ecoenergis S.L.

José Manuel Rica Alarcón

C/ Patrocinio de Biedma, 6, 2ºC
23009 JAÉN
Tlf.: 635 113 207
E-mail: joserical@ingenieros.com

1 Descripción de la idea de negocio

ECOENERGIS es una empresa dedicada al ámbito energético en su doble vertiente de estudios técnico-económicos y actuaciones de optimización del consumo de energía. El personal está formado por profesionales altamente cualificados, con formación específica en Termotecnia, Energías Renovables, Instalaciones Industriales y Cogeneración.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades de la empresa son principalmente dos, estudios de auditoría energética y actuaciones de ahorro energético:

1. Auditoría energética.

La auditoría energética consiste en estudiar detalladamente las instalaciones existentes, los consumos energéticos, las pérdidas existentes y las emisiones al medio ambiente para poder emitir un informe de estado de la instalación que se trate (vivienda, instalación industrial, edificio terciario, etc.).
Una vez redactado el informe de estado es cuando se procede a realizar el estudio de eficiencia energética, que permite determinar cuáles son las acciones a tomar para conseguir el doble objetivo de reducir la factura energética y las emisiones al medio ambiente.

2. Actuaciones de ahorro energético.

En este apartado se incluyen medidas que conduzcan a ahorrar dinero y energía. Éstas pueden ser:

- Estudios de tarifas: es muy común que con tan sólo cambiar de tarifa eléctrica se puedan conseguir ahorros económicos importantes, sin necesidad de hacer ninguna instalación.
- Instalaciones conducentes a mejorar el ahorro y la eficiencia energética de los clientes.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado a abordar es muy amplio, pues la auditoría energética y las actuaciones a realizar permiten, por su naturaleza, adecuarse a cualquier cliente.
Los tipos de clientes a los que la oferta de la empresa puede dirigirse son particulares, empresas o la Administración Pública. Así, la actividad podría desarrollarse en los sectores que se describen a continuación:

- Sector doméstico: Un adecuado estudio de los usos y costumbres de una familia puede suponer, con las actuaciones pertinentes, un importante ahorro.
- Sector industrial: Los ahorros pueden ser muy importantes en este ámbito, pues el sector industrial en la provincia y en Andalucía dispone en general de instalaciones obsoletas que se sustituyen desacertadamente.
- Sector terciario: Valen aquí las mismas consideraciones que para el sector industrial, destacando la climatización eficiente mediante sistemas ecológicos, por el gran gasto que realizan este tipo de edificios, que tienen que soportar gran afluencia de personas.

En cuanto a la competencia, la mayoría de empresas pequeñas-medianas dedicadas a las instalaciones térmicas y de energías renovables se dedican casi exclusivamente a calor y frío e instalaciones solares térmicas y fotovoltaicas, pero limitándose a una asesoría energética muy pobre, limitada al estudio de las cargas térmicas y poco más. Por otra parte, las grandes empresas (Endesa, Valoriza, Iberdrola, etc.) se dedican actualmente a grandes proyectos de plantas de potencia, pues son las que, con la nueva legislación sobre ayudas a las instalaciones de régimen especial, más beneficios pueden reportar. Esto deja un gran mercado de particulares, pymes y Administraciones como clientes potenciales.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La principal ventaja de la empresa frente a sus competidores estará en ocupar en primer lugar un nicho de mercado aún por explotar, con muchas oportunidades y que las Administraciones Públicas consideran como estratégico, pues de ello supone incrementar la autosuficiencia energética de nuestro país y frenar el calentamiento global. Se trata de un campo en crecimiento, sobre todo el de la cogeneración/trigeneración, como demuestra el que aún no se haya transpuesto a España la Directiva 2004/8/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa al fomento de la cogeneración. Otra ventaja competitiva de la empresa será su personal, altamente cualificado.

Econetic

Antonio Pareja Nieto

c/ Sevilla nº 10.
23700 Linares.
Tlf. 664 005 528
E-mail: parejanieto@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Econetic pretende abordar el acondicionamiento del hogar y la empresa para las nuevas tecnologías con el fin de obtener energía de una forma cómoda, sencilla y limpia. También pretende diseñar un plan de sustentación hidrológica para el hogar con el aprovechamiento de aguas pluviales, acuíferos y la depuración de los excedentes propios de la actividad familiar.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Econetic realiza proyectos a pequeña y media escala para la instalación de todo tipo de medidas que permitan un ahorro tanto energético como económico. También es capaz de la consecución de proyectos a gran escala en colaboración con otras empresas.

3 Mercado: clientes y competencia

Los clientes de Econetic van desde el particular que desea una optimización de su electricidad y agua en casa, además de un ahorro económico importante, hasta grandes multinacionales, las cuales desean la consecución de un proyecto de gran escala, pasando por la mediana y gran empresa, servicios estatales, autónomos, y un largo etc.
Entre la competencia encontramos, entre otras, empresas como:

- Biofutur Net del Mediterrani, S.L.
- Novasol
- Soltecno energías, S.L.
- Sistemas y electrificaciones del sur, S.L.
- Barzal energías, S.L.
- Geserv
- Elinte solar
- Shekel, ingeniería y desarrollo, S.L.
- Sertecso, S.L.
- Sunenergy, tecnologías energéticas aplicadas
- The sun factory

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que pretende aportar Econetic se basa, fundamentalmente, en la fusión de los términos aprovechamiento energético e hidrológico, con rendimiento económico (de ahí el nombre de la empresa). Por otra parte, también se pretende aunar empresa y formación con la implantación de una serie de escuelas y centros de enseñanza propios a la empresa, que sean capaces de formar personal altamente cualificado para las tareas a las cuales se les asigne, cumpliendo así un doble objetivo: gestar una apuesta de futuro en el mercado para la propia empresa, mientras se le da solución a los problemas del cliente.

EfiControl Electric

Juan Enrique Garrido Ruiz

23400 Úbeda
Tlf. 626 82 81 18
E-mail: juanenga@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio estaría basada principalmente en el ahorro de energía tanto en hogares como empresas, así como en edificios públicos y de interés, además de complementar dicho ahorro con la máxima utilización posible de energías renovables.
La principal sustentación de este proyecto sería a través de dichos aparatos, registrando los tiempos de consumo, el consumo y el aprovechamiento de dicha energía, todo esto dirigido y registrado a través de un software informático específico para dicho fin. Una vez tengamos todos los registros y comparaciones de energía, se intentaría mejorar a través de sistemas automáticos para maximizar la eficiencia de la energía consumida y aportar posibles alternativas.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La principal actividad de la empresa sería la instalación de sistemas electrónicos para el máximo ahorro de energía, como podrían ser sensores lumínicos para el ahorro de energía.
Con todos estos datos, el software de dicha centralita iría proporcionando estadísticas de consumo y eficiencia de la instalación que mandaría a través de una red V.P.N. (Red Privada Virtual) a nuestro sistema central, o en el caso de no tener línea telefónica, se habilitaría una conexión por wifi.
Una vez con la información y estadísticas en nuestra central estudiaríamos dichos documentos y aportaríamos posibles soluciones para la máxima eficiencia energética, así como posibles mejoras a través de sistemas de bajo consumo y energía renovables.

3 Mercado: clientes y competencia

Al ser la energía una fuente interesante de ahorro para todo el mundo, esta idea tiene una competitividad bastante grande, empezando por las grandes empresas, ya que una de las partes más importantes de su gasto es el destinado al pago de energías, así como para las pequeñas empresas y hogares, ya que un ahorro de energía supone un importante ahorro de dinero a final de mes.
Aunque existen muchas empresas de instalación de energías renovables, actualmente no hay ninguna que además de aportar un ahorro con la obtención de energías limpias aporte otra forma de ahorro, así como control de este ahorro y posibles mejoras detectando la energía no utilizada.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

A través de este sistema de registros de energía y de su posterior estudio a través de diferentes estadísticas y consumo a lo largo de tiempo, estamos aportando al cliente los puntos clave para el ahorro de energía sin tener que prescindir de nada. Le aseguramos, a través de un económico sistema basado en los sensores necesarios para cada tipo de registro y la centralita, que la energía que gaste será aprovechada al menos en un 90%. En general, la innovación que se aporta es la de una instalación inteligente para el máximo ahorro de energía y, además, por una cuota mensual económica, un seguimiento para seguir mejorando y aportando soluciones a posibles desaprovechamientos de energía.

Empresa instaladora de regadío con energías renovables

Juan Antonio Parrilla González

C/ Principe de Asturias, nº13, 1º
23260 Castellar (Jaén).
Tlf. 610 31 57 77
E-mail: japg0003@estudiante.ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Se trata de la creación de una empresa instaladora de regadío con energías renovables: solar, eólica e hidráulica. A continuación, explicaré los tipos de cultivo existentes y la innovación que aporta mi idea:
Cultivo de secano: es un cultivo que predomina en tierras mediterráneas desde hace siglos, donde el clima es el idóneo para su desarrollo. Por excelencia, estos cultivos son el trigo, la vid y el olivo.
Cultivo de regadío por sistemas eléctricos: consiste en la explotación de una bolsa de agua o acuífero mediante un sistema de bombeo. El agua sube mediante una bomba y es impulsada hacia una balsa o algive de grandes dimensiones. Una vez allí se distribuye por una tubería principal y ésta actúa como conectora sobre una serie de injertos con goma de pvc que llegan hasta el pié del olivo donde, mediante un pequeño gotero, suelta una cantidad de agua suficiente para que desarrolle el fruto en buenas condiciones, contribuyendo al aumento de producción y así obtener más beneficios.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

En definitiva, mi idea de negocio consiste en crear una empresa innovadora, con conciencia social, emprendedora y con iniciativas y donde no sólo la energía solar (actualmente en auge), sino la eólica e hidráulica, pueden servir como creadoras de energía que impulsen los sistemas de bombeo necesarios y el agua pueda regar nuestros cultivos, obteniendo la misma producción o incluso más. Los productos y servicios que suministra la idea de negocio son energías renovables en el olivar y son las siguientes:
EÓLICA: Consiste en la instalación de una pequeña estación eólica de productores y autogeneradores de electricidad.
HIDRÁULICA: Debido a la cercanía de olivar en los pantanos jienenses, podríamos disponer de un gran sistema de riego donde una turbina enviaría electricidad transformada mediante la fuerza de la canalización de los embalses.
SOLAR: La integración de los sistemas de riego solar o riego fotovoltaico define de la mejor manera posible el aumento de producción y de productividad en el olivar.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar es un mercado tradicional, donde en los últimos años se han abierto nuevas puertas hacia la innovación, donde encontramos un cliente con una mentalidad tradicional y que apuesta por lo seguro y con el mínimo riesgo para sus cosechas, donde nosotros ofrecemos un paquete de productos que no incorporan las demás empresas y por los que deberemos luchar para hacernos un hueco en el mercado utilizando políticas de atracción para los clientes ya que según las estadísticas cuesta 5 veces más captar un cliente que mantenerlo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Utilizando la creciente demanda de las energías renovables, podríamos situarnos en una posición privilegiada, lo que nos otorga una serie de ventajas frente a nuestros competidores:
1. Son unas tecnologías emergentes, limpias y potenciadas y amparadas por el Estado, la Unión Europea, la Junta de Andalucía y otros entes públicos que respaldan su comercialización.
2. No son contaminantes. No emiten ruidos, humos ni sustancias tóxicas por lo que se hace de atractivo en el mercado.
3. Aprovechan los recursos energéticos provinciales y regionales, por lo tanto disminuye la dependencia de España con los países productores de petróleo, es decir, que estamos haciendo nuestro país más independiente que el resto de energías aplicables. Por lo tanto, son puntos positivos.
4. Potencian la diversidad energética, y una novedad en el mercado es que no requieren de la creación de tendidos eléctricos, ahorrando un gasto importante.
5. Economiza los recursos hídricos, por lo que el empresario opta por producir este tipo de energías, ahorrando lo máximo posible y apostando por una mayor inversión.

Envasadora de aceite

Melisa Ocaña Santiago
Juan Molina Valdés

COAS S.A.
23650 Torredonjimeno Jaén.
Tlf. 686 79 99 43

1 Descripción de la idea de negocio

La idea sería básicamente una envasadora de aceite, cuyas actividades principales serán la de envasar, etiquetar y comercializar el aceite, hasta asegurarse de su llegada a los clientes.
La personalidad jurídica de la organización sería una sociedad anónima en la que los socios fundadores serían cada unas de las cooperativas de la región en cuestión.
Podemos decir que Torredonjimeno es un pueblo impregnado de la cultura del aceite, donde no se aprovecha esta cultura potencialmente. Hay unas ocho o nueve cooperativas de aceite pero, en la mayoría de éstas, su actividad principal es la compra de las aceitunas hasta su transformación en aceite para venderlo a otras organizaciones al por mayor. ¿Para qué vender si podemos obtener beneficios?
El capital social estaría formado por las aportaciones de los socios tanto de carácter dinerario o como no dinerario (una cantidad de aceite, maquinaria...) a convenir por parte de los accionistas.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades principales podemos decir que serían el envasamiento, etiquetamiento (del aceite procedente de las cooperativas fundadoras, o en otro caso el aceite puede ser procedente de otras cooperativas fuera de los limites en cuestión) y el aseguramiento de que el producto llegue a los clientes.

3 Mercado: clientes y competencia

Podemos decir que se enfrenta a un sector con una demanda consolidada, en el cual, para entrar con una nueva marca e intentar conseguir una cuota de mercado suficiente para no caer en pérdidas, se podría entran con una estrategia de precios por debajo de los que puede ofrecer en el mercado, y que se irán incrementando paulatinamente conforme aumente la fiabilidad de los clientes .

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Podemos decir que la innovación frente a competidores podría ser una personalidad jurídica poco común (formada por cooperativas) con las ventajas e inconvenientes de las sociedades anónimas, por ejemplo la limitación de responsabilidad de los socios.
La dudosa durabilidad de las subvenciones, el cambio climático, la variabilidad de los precios y otros factores pueden afectar a la recolección, lo que hace que este proyecto deje de ser tan atractivo. Sin embargo, Jaén es una de las regiones con más cantidad de aceituna recogida en todo el mundo y especialmente en España.
Esta nueva organización ayudaría a enriquecer a la región y al aceite ya que los mismos propietarios de la materia prima son los encargados de obtener el mayor rendimiento de la aceituna desde su recogida hasta su comercialización.

Escuela de Formadores en Higiene Ambiental

Ana Carolina Robles Carvajal

Domicilio C/ Córdoba nº 29
23009 Jaén
Tlf: 652 491 537 - 953 324 200
Fax: 953 237 133

1 Descripción de la idea de negocio

La gestión del medio ambiente es una nueva fuente de empleo. Las normativas de la Comunidad Europea deben aplicarse, y ese cambio implica formación.
Dimensión de la empresa:

- Dirección
- Gabinete de investigación operativa ambiental
- Centro de formación. Disponemos de aula de 70 metros, aseos, oficina de 10m, almacén de 15m, zona de recreo superior a 100m y despacho de 20m.
- Campo de Experimentación: parcela de 2,8 Ha plantada de Olivar en Zona de Los Villares, Km 2 Carretera de Fuensanta- Valdepeñas, Cerro del Viento, paraje de Las Zorreras.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El objeto de esta empresa es: 1.-Capacitar personal cualificado en materia de prevención y mitigación de enfermedades producidas por hongos. 2.- Crear un gabinete de investigación operativa agraria. 3.- Asesorar en el campo al agricultor y facilitarle, en base a análisis, información sobre materias activas biodegradables. Para ello disponemos de:
1.- Materias activas elaboradas y registradas actualmente como fitopotenciador de las defensas de las plantas frente al verticilium, oidium, fitophtora, cinnamomi, y otros hongos. 2.- Una parcela de 2,8 Has para prácticas. 3.- Registro número 23/281/00 como servicio de plaguicidas, sanidad vegetal de Jaén. 4.- Un investigador operativo, un Ingeniero agrónomo, un biólogo formador y un químico especializado en aceites y grasas.
El negocio consiste en crear:
1.- Un centro de investigación y formación para capacitar en habilidades de prevención y control de enfermedades y plagas a partir de materias activas no tóxicas ni contaminantes y en la experimentación e investigación sobre procedimientos eficientes. 2.-Una red de monitores en Higiene Ambiental Agraria que visiten plantaciones, sean capaces de tomar muestras y enviar a analizar a laboratorios independientes.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes son comunidades de regantes, cooperativas y productores que realizan ellos mismos los tratamientos y profesionales que realizan los tratamientos a otros productores. También son clientes potenciales las administraciones públicas con competencias en Medio Ambiente, Sanidad Vegetal, Agricultura, Diputación y ayuntamientos para AGENDA21, y Asociaciones Agrarias.
Análisis de la competencia: no se conoce a ninguna otra empresa en esta materia (dosificación) aunque sí existen entidades que realizan labores de eficiencia energética que son colaboradoras de este proyecto. Cualquier otra empresa que se dedique a esta materia no sería competencia, sino colaboradora, pues el sector es muy amplio y la vocación es generar escuela.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La originalidad de la idea consiste en enseñar a contaminar menos y ser más eficientes: formando a productores que realizan ellos mismos sus tratamientos o a los encargados de fincas y distribuidores autorizados de abonos y pesticidas. La evaluación de la idea innovadora: la idea es viable, futurible y beneficiosa, pues cuenta con un apoyo científico que la hacen posible; posee contratos que permiten el acceso a las materias activas para experimentación y distribución con registros sanitarios y de agricultura y da solución al sector agrario en general y olivicultor con procedimientos alternativos.

Extrusión e inyección S.C.A.

Silvia Fernández Ortega

Parque de Proveedores de SANTANA.
23700 Linares (Jaén)
Tlf. 661 23 49 58
E-mail: silviafernan@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

El proyecto consiste en la creación de una empresa dedicada a la inyección y extrusión de polímeros para la producción de juguetes eróticos.
Esta empresa está constituida por 3 socios capitalistas que tienen, a la vez, sus funciones bien definidas dentro de la empresa y por 4 obreros con unas cualificaciones determinadas. Los salarios vienen según el convenio general de la Industria Química. Los tres socios son tres ingenieros de distintas especialidades.
El objetivo a corto plazo es introducir los productos en el mercado de los juguetes eróticos, apostando directamente en una estrategia de diferenciación por costes y por calidad, tanto de diseño como de producto, para posteriormente afianzarnos en él, obteniendo una cuota de mercado alta para toda nuestra gama de productos. Los productos van dirigidos a un mercado muy amplio y creciente puesto que abarca a un gran público (amplio rango de edades y estatus sociales) y es uno de los negocios emergentes.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Nuestro catálogo estará compuesto por diversos juguetes eróticos constituidos por diversos materiales, como son látex, metacrilato, jelly, silicona, etc. además de artículos de broma compuestos también por estos materiales para la venta en sex shop como principales destinatarios (despedidas de solteros).
Todos nuestros productos tendrán seña propia de identidad: una calidad muy cuidada, tanto en producción como en el producto final; un diseño innovador; el estudio de la utilización de nuevos materiales para conseguir efectos diferentes o para mejorar la calidad y competitividad de los precios de nuestros productos y cuidar el medio ambiente, así como un continuo afán por mejorar nuestra gama de productos y satisfacer al cliente.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes, en un principio, serán las grandes cadenas de distribución de este tipo de artículos.
Nuestros competidores son las grandes compañías que realizan grandes tiradas y que están, sobre todo, en EEUU y que no tienen una rápida respuesta ante variaciones del mercado, ya que son grandes cadenas de producción muy costosas de modificar aún para incorporar pequeñas modificaciones. Y por otro lado están las pequeñas compañías que fabrican de un a manera artesanal, lo que provoca un encarecimiento del producto final.
Por nuestra parte, la empresa pretende fabricar productos de una manera industrializada pero con una línea de producción más corta y, por tanto, más fácil de introducir modificaciones, lo que facilitará la adaptación de nuestro productos a las preferencias del mercado en cada uno de los momentos. Además contamos con la cercanía de industria del metal, lo que hace que los moldes se puedan modificar de una manera rápida y que la producción de los nuevos no se dilate en el tiempo.
La empresa para la introducción de nuevos productos en el mercado utilizará las distribuidoras, que serán nuestro clientes, pudiendo ofrecer productos específicos que les diferencien del resto de distribuidoras, tanto por precio como por diseño innovador.
Nuestra estrategia se basará en visitas personales a las principales distribuidoras para mostrar nuestro producto y sus ventajas.

Factor Deporte S.L.L. (Deporte y aventura)

Mª Catalina Candelas Martín-Albo
Tlf. 618 184 640
E-mail: maricati20@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La empresa que vamos a tratar a continuación se denomina Factor Deporte S.L.L. "Deporte y Aventura". La forma jurídica por la que está constituida es una Sociedad Limitada Laboral, y la sede se encontrará en La Solana, c/ Eloy Gonzalo 21. El negocio se centrará en los pueblos de Ciudad Real, partiendo de La Solana y alrededores, y el factor diferenciador de la competencia es la relación "Calidad – Precio – Satisfacción".
La misión de la empresa es complacer la demanda de la sociedad ofreciendo actividades distintas para satisfacer:

- Búsqueda de las novedades.
- Personas aventureras.
- Formas de diversión.
- Gustos por relacionarse con otras personas.
- Rellenar hueco del tiempo libre.
- Salir de la monotonía.
- Cuidado de la salud y el cuerpo.
- Combatir la soledad

Todas estas demandas son declaradas tanto por niños de 5 años como por personas mayores de más de 60 años.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El servicio o servicios que dicha empresa deportiva está dispuesta a ofertar consta de actividades de diversa índole, lo que abre las puertas a una mayor superficie de mercado.
Entre las actividades a realizar destacan:

- Deportes de riesgo
- Rappel
- Tirolina
- Descenso de barrancos
- Entrada a cuevas
- Escalada
- Senderismo
- Mountain bike
- Canoas
- Acampadas
- Orientación

3 Mercado: clientes y competencia

La ubicación fijada ofrece grandes oportunidades a empresas de este ámbito debido a la demanda de personas que requieren practicar deporte estando autorizados por profesionales. Los clientes potenciales de dicha empresa serían los chicos de 5 a 18 años en actividades dentro del municipio, sin descartar salidas de ámbito más atractivo, bien a la naturaleza o excursiones deportivas culturales. También habrá personas cualificadas para dar clases a toda aquella persona interesada en deportes de riesgo.

Competencia:

GRANJA ESCUELA OREA: Actividades lúdicas y recreativas en plena naturaleza.
LAS CAÑADAS: Espeleología, deportes de aventura y actividades manuales.
SAN LUFER 4x4: Empresa dedicada al deporte de aventura y rutas en todo los terrenos.
TIME OUT: Empresa especializada en organización y práctica deportiva.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

En el plano personal, las principales fortalezas que nos encontramos son la organización y estructura flexible de la empresa adaptada al proyecto, la gran motivación de los socios para sacar adelante a la empresa y el nivel de formación óptimo que se posee para desarrollar las actividades propuestas. También es importante el factor de seguridad e higiene que se cuidará con especial cautela y la gestión de compras necesarias, y no las compulsivas por muy tentadora que sea la oferta. En lo comercial, el producto tiene una definición sencilla de su propósito. Las ventas se realizan de forma rápida y siempre podremos contar con ayuntamientos que nos harán de clientes cautivos. De acuerdo con lo anterior los segmentos de clientes también estarán diferenciados dependiendo del tipo de actividad. Por eso se ha optado por una distribución dispersa, para darnos a conocer de la mejor manera lo más rápido posible, con una imagen de la empresa muy animada junto con la seriedad que algunas de estas actividades requieren. En lo financiero podríamos contar con la posibilidad de conseguir subvenciones presentando nuestro proyecto de empresa a concurso y asociaciones que se dedican a esto, por lo que optaremos a un margen comercial alto.

Fregafácil

Mª Elvira Muriana Plaza

Tlf. 618 38 42 67
E-mail: elviritamplaza@hotmail.es

1 Descripción de la idea de negocio

Nuestro producto consta fundamentalmente de tres partes claramente diferenciadas:

- Tapón de apertura y cierre antigoteo: se trata de una pieza que se coloca en la parte superior del fregón de modo que, para abrirlo, solamente tenemos que desenroscar el tapón para así llenar el palo de agua, ayudándonos de una jarra que mide la cantidad exacta que necesita. Una vez lleno se ha de cerrar enroscando el mismo tapón.
- Mango del fregón: este mango es un poco más grueso que el resto de fregones normales ya que en su interior incluye una válvula reguladora de la dosificación del agua que vamos a utilizar para fregar el suelo. Igualmente, el palo del fregón incluye en su parte superior un botón que, al presionarlo, permite que salga el agua a través de la válvula que anteriormente hemos descrito.
- Mocho: al igual que el mango del fregón, el mocho también incluye una peculiaridad consistente en la existencia de uno pequeños agujeros u orificios en la base del mismo por los cuales sale el agua que nos va a permitir fregar.

Nuestra empresa "fregafácil" se ha decidido a crear este tipo de producto con la idea de ayudar a la limpieza diaria del hogar de una manera cómoda y fácil, de modo que ya queda excluido el insufrible esfuerzo que supone arrastrar el cubo lleno de agua por toda la casa.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Para la creación de nuestro producto, "Fregafácil", se cuenta con el apoyo y la colaboración de otras dos empresas que describimos con más detalle a continuación.

- Para la producción y distribución de nuestro fregón portátil con agua incorporada contamos con la colaboración de FEAPS-Andalucía. Por último, comentar que para la distribución de nuestro producto contamos con la ayuda de otra gran empresa, KELLTYS.
- Para el diseño de nuestro producto contamos con la colaboración de una importante ingeniera que da mayor fuerza a nuestra idea de negocio o plan de empresa llamada Mª Dolores González Serrano.
- En cuanto a la producción, ensamblaje y embalaje de este peculiar fregón, señalar que correrá a cargo de los miembros que componen la escuela taller de la asociación linarense Ainper.

3 Mercado: clientes y competencia

Concretamente en este apartado nos vamos a centrar en la definición de los segmentos o tipo de clientes a quienes va dirigido nuestro producto:

- Amas de casa, ya sean hombres o mujeres.
- Jóvenes estudiantes.
- Matrimonios casados con hijos y trabajos remunerados.
- Personas mayores con posibles dolencias.
- Adolescentes.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

No existen empresas en nuestra provincia que se dediquen a la fabricación de este tipo de producto y esto supone que, frente a la competencia, gozamos de mayores ventajas.
Una de las principales novedades que ofrece nuestro producto es la comodidad, así como la facilidad que conlleva la utilización del mismo. Otra novedad pionera que incluye nuestro producto es que ayuda al ahorro de agua.
Además de las novedades señaladas anteriormente, debemos destacar que ocupa poco espacio en el hogar, conlleva una gran amplitud de mercado, así como el diseño que incorporamos en nuestro innovador producto.

Geotopo S.L.

Tamara Ruiz Martínez

c/ Olavide
23200 La Carolina (Jaén).
Tlf. 637 024 661
E-mail: trm00004@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Realización de todo tipo de proyectos de ingeniería relacionados con la topografía y, además de trabajar para realizar trabajos de este tipo, dentro de esta empresa se crearía una especie de ONG para ayuda y realización de estos proyectos en países subdesarrollados en la que cualquier persona relacionada con este mundo podría participar.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Como sabemos, la topografía es una ciencia geométrica aplicada a la descripción de la realidad física inmóvil circundante. Es plasmar en un plano topográfico la realidad vista en campo, en el ámbito rural o natural, de la superficie terrestre; en el ámbito urbano, es la descripción de los hechos existentes en un lugar determinado: muros, edificios, calles, entre otros.
A continuación exponemos los diferentes servicios, productos y actividades que nuestra empresa oferta: 1.- Trabajos en obra civil. 2.- Proyectos Geodésicos, es la nueva topografía y Geodesia mediante técnicas de posicionamiento global. 3.- Levantamientos clásicos con teodolitos, estaciones totales, niveles y GPS y su consiguiente producción cartográfica. 4.- Parcelaciones, deslindes y mediciones en general. 5.- Trabajos de microgeodesia o control geométrico y auscultación de grandes estructuras. 6.- Proyecto y ejecución de vuelos fotogramétricos y la posterior restitución clásica, analítica o digital. 7.- Trabajos de topografía Industrial. 8.- Trabajos de teledetección y Sistemas de Información Geográfica (SIG), pero aplicados al campo a la gestión medioambiental y de los recursos naturales 9.- Trabajos de fotogrametría terrestre, restauración y arqueología. 10.- Calibraciones.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar es aquel relacionado con el mundo de la topografía y geodesia, sobre todo sería bueno destacar el ámbito de la geodesia pero sin olvidar los trabajos clásicos de topografía siendo las actividades las que hemos descrito anteriormente. El tipo de clientes que tendría nuestra empresa serían clientes que se movieran o estén relacionados con este mundo, aunque también podríamos tener como cliente a cualquier persona que tuviera que realizar un deslinde en su finca; un peritaje; un informe de valoración o cualquier cosa relacionada con la variedad de ofertas que ofrece nuestra empresa.
Las ventajas de esta empresa frente a las demás competidoras es que la empresa creada es perseverante y tiene plena convicción en el trabajo que está realizando, ya que estas cualidades deben ser claves para que una empresa, y sobre todo en su comienzo, pueda ser exitosa.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La verdad es que, aunque el campo de la topografía y la geodesia es bastante extenso, la innovación que se aporta es la creación de una empresa en la cual se dará también a conocer al mundo la parte menos vista de la topografía: la parte de la geodesia, la fotogrametría terrestre y geofísica estudios de impacto ambiental. Son campos en los que, según porcentajes dados por la Universidad de Jaén y un estudio elaborado de inserción laboral de la dos titulaciones (Ingeniería Técnica en Topografía y Ingeniería en Geodesia y Cartografía), sólo entre un 0,1% y 0,2% están dedicados a estas acciones, y es importante que la gente sepa que la topografía es mucho más que obra civil y, por lo tanto, la creación de esta empresa supone, aunque sea sólo una pequeña parte, poder dedicarte y poder elegir el campo que más te guste dentro de la topografía. Otra innovación que se aporta es que muy pocas empresas se dedican a la labor del aspecto humanitario, por lo que es una oportunidad para todas las personas relacionadas con estos temas o para realizar proyectos en sitios subdesarrollados.

Gestión Digital del Tráfico Urbano

Francisco Javier Barbero León

Pza. La Constitución, 11.
23001 Jaén
Tlf. 662 470 479
E-mail: javier.barbero@promojaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

La idea se basa en recrear el callejero de la ciudad de Jaén, apareciendo flujos de tráfico, pudiéndose alterar densidades en horas punta o valle.
El trabajo me ha parecido un inmejorable punto de partida de la actividad empresarial descrita en este texto.
Se precisa un contrato integral y personalizado municipio-empresa, dependiendo de las diferentes casuísticas. Un equipo cualificado tomará datos de campo coordinado con responsables municipales.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Se debe disponer del equipo de campo para visitas del municipio, encuestas, mediciones, inclusión de ampliaciones urbanas, semáforos, etc.
La empresa elaborará una simulación con posibilidad de alterar parámetros de flujos de tráfico, condiciones, interrupción de vías, etc.
El modelo terminado, a disposición del consistorio, se acompaña de formación necesaria. Podría optarse por control telemático mediante sistema on-line. Cualquier modo, contratado previamente mediante sistema de tarifas.
El producto podría ofrecer un diseño optimizado o simulaciones sencillas para ensayar opciones eligiendo la más conveniente.
La empresa ofrecería actualizaciones, debido al carácter "vivo" de los núcleos urbanos que crecen y se transforman. Es precisa la continua retroalimentación del producto.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado potencial es cualquier ayuntamiento, desde poblaciones medianas-grandes hasta macrourbanizaciones o grandes hoteles.
En general, el cliente tipo más generalizado será el de entidades locales.
Municipios grandes pueden permitirse equipos específicos para buscar soluciones al tráfico. Por ello, municipios modestos pueden plantearse implantar el sistema, siendo el coste proporcionales a la envergadura de la localidad.
Respecto a la competencia existente, existen casos de control del tráfico, pero limitados al control de elementos como semáforos. Estos se quedan cortos frente a los objetivos de este otro producto.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La centralización permite visualizar el tráfico, pudiendo optimizarse. Para pequeños municipios resulta más interesante por poder plantearse mejoras a costes mínimos, reordenando el tráfico. Es posible planificar alteraciones de la circulación por eventos, obras o cualquier interrupción. Un proceso de feed-back permitirá adaptar variaciones de la circulación de vehículos y personas, cambios estacionales de población, etc. Poder anticipar el comportamiento de una actuación dará una visión más amplia y mayor seguridad a los responsables municipales evitando inversiones innecesarias. El municipio puede alcanzar cotas de modernidad que puedan introducirle en foros como desarrollo sostenible y eficiencia energética, Agendas 21 que, a su vez, le reporten subvenciones o premios de eficacia. La energía más limpia es la que no se consume. La gestión centralizada implica ahorro de tiempo por parte del personal a cargo del sistema y, paralelamente, el saneamiento de las arcas municipales, cuestión siempre bienvenida.
El producto va más allá del control de semáforos; se trata de dotar al municipio de capacidad de "autodiseño" de su ciudad para hoy y para el futuro. La empresa permanece vinculada al municipio por una relación contractual de mantenimiento para ampliaciones y la implantación de posibles mejoras y servicios. El producto a medida supone flexibilidad frente a las necesidades del cliente, involucrando a la empresa mediante un fuerte vínculo. El trabajo desarrollado por la empresa no es aprovechable por terceros, constituyendo esto un toque de exclusividad. Hoy día, no existe un servicio semejante. Los municipios desconocen la existencia de este producto, quedando a merced de estudios que se hagan de forma parcial y en ningún caso aprovechables por ellos una segunda vez.

Hotel Aventura

Antonio Cobo Ortega

c/ La Lonja, 24.
23100 Mancha Real (Jaén).
Tlf. 653 86 34 68
E-mail: antonio_cobo@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Construcción de un hotel rural en la zona recreativa de "Las Siete Pilillas" en Pegalajar (Jaén). El hotel estaría ubicado justo al lado de la futura escuela de vuelo, cuyo proyecto se inició en el año 2008 por el Excmo. Ayuntamiento de Pegalajar. El hotel estaría orientado hacia el deporte en general por ser una zona montañosa y estar al lado de la zona de despegue de parapentes. También podría ser una alternativa a los distintos hoteles de la capital y de pueblos de alrededor debido a su proximidad (a 7 Km. desde Jaén) y a la buena comunicación e infraestructuras.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Se plantean dos destinos económicos: actividades deportivas y alternativa a hoteles más caros de la capital. El pueblo de Pegalajar se encuentra establecido en la falda de la sierra, lo que le da ese carácter rústico que en la mayoría de pueblos ya se ha perdido. El hotel puede ofrecer a sus clientes una gran cantidad de actividades relacionadas con el deporte: ciclismo de montaña, senderismo y, no olvidemos lo principal, parapente. Pero también hay actividades destinadas a las personas más sedentarias, a las cuales les interesará el interés cultural del que dispone el pueblo. En éste podemos encontrar desde casas-cueva rehabilitadas y reformadas para poder, incluso, pasar allí unas noches, hasta huertas declaradas de interés etnológico y cultural.

3 Mercado: clientes y competencia

Todos los años se celebra en esta zona el Campeonato de España de Parapente y el Campeonato del Mundo. Los profesionales del parapente o tienen que dormir en tiendas de campaña en la misma zona recreativa o se tienen que desplazar hasta la capital para poder alojarse durante el fin de semana. Con el hotel se daría solución a este problema ya que este pueblo está empezando a ser conocido gracias a este deporte. El hotel contará con todo tipo de infraestructuras para comunicaciones para que los clientes que deseen puedan estar conectados en cualquier momento; se tendrá tranquilidad, no un aislamiento total. La única competencia que se dispondrá es de los hoteles de Jaén, pero como ya he dicho anteriormente, éstos no ofrecen las actividades culturales y deportivas que ofrece este hotel rural. La única competencia seria y que de verdad habría que estudiar serían las casas rurales y de alquiler que existen en Torres, a unos 40 Km. de la capital. Pueblo que sería el único de la zona que puede competir con Pegalajar por el mercado del turismo rural, con una gran ventaja: dispone de los alojamientos necesarios para turismo rural; infraestructuras que le faltan a Pegalajar y que se espera solucionar con este hotel.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Con este proyecto se busca ser una alternativa a los hoteles de ciudad como los que hay en Jaén y desmarcarse de éstos con una oferta cultural y deportiva que no hay en ningún otro pueblo de las inmediaciones de Jaén. El turismo rural y deportivo está muy extendido en zonas como Cazorla o Arroyofrío, zonas de montaña en las que se pueden practicar gran cantidad de actividades debido a sus innumerables zonas para practicarlas. En Pegalajar busco lo mismo, que se convierta en una zona eminentemente deportiva y que se identifique con deportes de aire, a pesar de contar con más alternativas; incluso actividades culturales. Tenemos también una ventaja competitiva, y es que sería el primer hotel rural de la zona, lo que seguramente nos pondrá delante de nuestros futuros competidores. El turismo rural es la gran alternativa en Jaén al turismo de playa practicado por la mayoría de españoles. La gran ventaja del turismo rural es que cada vez está ganando más adeptos debido a un precio algo más contenido y a la gran oferta de actividades que se proponen para personas de cualquier edad. Por esto pienso que este mercado seguirá desarrollándose en los próximos años y con un gran éxito en nuestra provincia.

Infotec-Olea

Sara Casado Casado

23620 Mengíbar (Jaén).
Tlf. 617 74 93 13
E-mail: sara_amb85@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

INFOTEC-OLEA es un centro que hará de punto central de la red de información y asesoría del olivar. Investigará y realizará estudios y proyectos técnicos de diversa envergadura y temática. Por tanto, estamos ante un centro multifuncional único y especializado. Pero no sólo va a ser el nexo comunicativo de información a todos los usuarios relacionados con el olivar, sino que también va a disponer de un departamento de investigación y otro departamento encargado de estudios técnicos relacionados con esta agricultura.
Apuesta por el respeto y el cuidado del medio ambiente, queriendo enfocar la agricultura del olivar desde el punto de vista más sostenible y llegar a un amplio colectivo de personas, puesto que tenemos gran variedad de perfiles de clientes, ofreciéndoles a todos un trato directo y personalizado.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

INFOTEC-OLEA proporciona gran cantidad de servicios, tanto a instituciones públicas como privadas. A su vez, puede realizar diversos informes y proyectos en temáticas muy variadas. La empresa se subdivide en departamentos que realizan las siguientes actividades: 1.- Consultoría y asesoría ambiental. 2.- Investigación y desarrollo (I+D): con las nuevas tecnologías a nuestro uso se investigará principalmente acerca del los tipos de suelo dedicados a esta agricultura, su sostenibilidad, la erosión y tasa de ésta y los riesgos asociados al cultivo. 3.- Ingeniería: se realizarán todo tipo de proyectos y estudios medioambientales. 4.- Comunicación: en este apartado se hará un estudio de marketing y una página web de acceso a nuestra información y contenidos.
Los departamentos mencionados están interrelacionados entre sí, porque no hay duda o cuestión que no requiera de conocimientos o material de cualquiera de los otros especialistas. Esta idea es una gran clave para llegar al éxito, puesto que esta intercomunicación concluirá en un trabajo de equipo multidisciplinar y completo, con gran calidad.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes son todo tipo de particulares que se dedican a la agricultura del olivar, así como cooperativas agrarias, sindicatos del sector, asociaciones, otras empresas que estén relacionadas con el olivar, ayuntamientos y organismos encargados de evaluaciones de impacto ambiental, ordenación del territorio, etc.
Esta empresa va dirigida inicialmente al mercado local de Jaén y provincia, donde existe competencia en el sector de consultoría e ingeniería ambiental y en la investigación ambiental en general.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestro valor diferencial radica en:

- La variedad de servicios, pero todos centrados en la economía del olivar.
- La investigación en temáticas específicas poco desarrolladas.
- Nuestra amplia formación en el sector medioambiental y en el olivar jiennense, contando con especialistas bien preparados en la temática, por lo que todo se resolverá en INFOTEC-OLEA sin tener que recurrir a otras empresas u organismos.
- El trato directo y personalizado con la máxima calidad y profesionalidad.
- La compactación de los servicios en un mismo lugar geográfico que proporciona una comodidad añadida al cliente.
- Que somos una empresa dinámica y especializada que ofrece un servicio completo e innovador.

Innovatec Information

Luis Francisco Rubio Pastor

C/ Alfredo Calderón, 8 - 3º B.
23200 La Carolina (Jaén).
Tlf. 691 572 631
E-mail: luisfran_@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La actividad principal de la empresa va encaminada a ofrecer "acceso universal" a toda la información, en cualquier sitio, con independencia de las diferencias físicas, culturales o sociales, haciendo uso de las Nuevas Tecnologías y de las Energías Renovables.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Actividad principal: Venta de Puntos de Información

1.- Punto de Información Ergonómico de Interior. 2.- Punto de Información de Interior Fijo. 3.- Punto de Información Fotovoltaico Exterior: de bajo consumo con instalación fotovoltaica para su funcionamiento. Posee un Módem/Router con capacidad para conectarse a redes GPRS y 3G. 4.- Punto de Información Exterior: acompañado de instalación eléctrica y línea básica de ADSL. 5.- TPV: incorporará un sistema Wireless que permitirá realizar de forma automática las peticiones de los clientes.

Venta de Software

1.- Sistema de Control Remoto: informa del funcionamiento de los puntos de información. 2.- Information Server: Suministrará la información mostrada en los puntos. 3.- Software personalizado: diseño y programación de Interface y software a medida. 4.- Navegador seguro.

Servicios

1.- Call Center: atención telefónica. 2.- Mantenimiento "In-Situ": efectivo servicio de mantenimiento y resolución de incidencias.

3 Mercado: clientes y competencia

Los distintos sectores donde se puede operar son los siguientes:

- Administración pública
- Sector financiero
- Sector ocio
- Sector comercial
- Sector transportes
- Sector hostelería
- Sector vending
- Sector sanitario
- Sector industrial

La competencia se puede clasificar en: 1.-Competencia directa: los competidores directos para los puntos de información sin el sistema ergonómico son: Computouch, INFOCO, Fractalia, Macroservice, Partteams, Softec y Tecnax. Respecto al punto de información ergonómico, el único competidor es Hergos-Sistemas. 2.- Competidores potenciales: no se estima la entrada al mercado de ningún competidor potencial, al menos a corto plazo. Aunque el mercado es muy atractivo debido a la escasa concentración que presenta el mismo. 3.- Productos sustitutivos: la empresa se sumergirá en un proceso continuo de I+D+i, lo que contrarrestaría la aparición futura de productos que pudieran cumplir una función de sustitución.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que se aporta es la siguiente:

- Ergo tecnología: adaptación de las máquinas al hombre.
- Energía solar fotovoltaica: energía inagotable + rentabilidad económica.
- Modem / Router 3º generación: conexión inalámbrica a nivel mundial.
- Equipos de bajo consumo: rendimiento máximo / mínimo consumo.

La ventaja frente a los competidores se resumen en:

- Poca competencia entre oferentes.
- Casi inexistencia de puntos de información turísticos en zonas costeras de mayor auge.
- Implementación de un sistema innovador como es la ergonomía.
- Productos elaborados en España, a diferencia de muchos de los competidores, ya que importan de países como Alemania y China.

Instalaciones de energías renovables y tratamiento de aguas

Andrés Sánchez Gámez
Tlf. 670 457 576
E-mail: sangam@ono.com

1 Descripción de la idea de negocio

El proyecto consiste en el suministro, instalación, servicio técnico de sistemas de calefacción alimentados por biomasa, sistemas de producción de agua caliente sanitaria, sistemas de aprovechamiento eléctrico fotovoltaico y sistemas para el tratamiento de aguas. Estos sistemas antes nombrados no tendrían su uso restringido a viviendas unifamiliares o segundas viviendas en zonas rurales, sino que podrán ser también de utilidad en residenciales, comunidades de vecinos, hospitales, naves industriales, etc.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Para los sistemas de calefacción mediante biomasa, la empresa suministrará, instalará y proporcionará un servicio técnico postventa de todo el material necesario para la puesta en funcionamiento de un sistema de calefacción mediante biomasa, también suministrada por la empresa en la vivienda del cliente.
Para el sistema de agua caliente sanitaria mediante colectores solares, la empresa también se ocupará de suministrar e instalar todo el equipamiento para la puesta en funcionamiento del sistema de agua caliente sanitaria. Asimismo la empresa tendrá a disposición del cliente un servicio técnico de mantenimiento.
Para los sistemas de producción eléctrica mediante placas solares fotovoltaicas, la empresa se ocupará del suministro, instalación, puesta en servicio y mantenimiento.
Para los sistemas de reciclado de aguas, la empresa suministrará e instalará los equipos necesarios para la reutilización de las aguas sucias de bañeras, duchas, bidés, lavabos y fregaderos, así como la recogida de aguas pluviales para un nuevo uso en las cisternas, jardines, arriates, riegos, etc.

3 Mercado: clientes y competencia

Los principales clientes de la empresa serán los hogares, tanto viviendas unifamiliares como nuevas y antiguas comunidades de vecinos. También se prestará servicio a empresas de todos los sectores económicos (desde empresas agrícolas y ganaderas, pasando por industrias, hasta hospitales, hoteles, restaurantes, etc). La instalación de los sistemas anteriormente descritos será tanto para satisfacer nuevas necesidades como para renovar antiguas instalaciones. En un principio, la empresa sitúa su zona de actuación preferente en Andalucía Oriental con el objetivo a medio y largo plazo de extender su mercado al resto de regiones de España y países de la Unión Europea.
Aunque existen algunas empresas de este tipo en Andalucía, creemos que la oferta de éstas es claramente insuficiente para satisfacer la demanda que se está generando actualmente y en un futuro inmediato.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que presenta este proyecto para los sistemas de calefacción mediante biomasa es el cambio de los combustibles utilizados en los sistemas de calefacción por unos combustibles de origen renovable y alternativo, como es la biomasa. La innovación que presenta el uso de colectores solares para la obtención de agua caliente sanitaria es la sustitución de combustibles fósiles por la energía solar. La ventaja del uso de la energía solar es el coste totalmente nulo de la energía, es decir, sólo tendremos que pagar por el colector solar y por la instalación de fontanería necesaria. La innovación que aporta la instalación de sistemas autónomos de producción de energía eléctrica mediante placas fotovoltaicas es la sustitución de generadores eléctricos alimentados por combustibles fósiles como el gasóleo o la gasolina. La innovación que presentan los sistemas de tratamientos de aguas para viviendas unifamiliares, comunidades de vecinos, incluso para instalaciones industriales y de servicios, es de gran importancia ya que permite el reciclaje del agua para usos en los que la potabilidad del agua no es necesaria (jardines, arriates, cisternas, limpieza, riegos, etc).

Integralia on-line

María José Gutiérrez Ortiz
Mª Luz Pavón Martínez

Tlf. 615 43 04 13
E-mail: mjgutierrez@a-emprende.net

1 Descripción de la idea de negocio

Nuestra idea empresarial surgió de nuestro trabajo actual en un vivero de empresas. Basándonos en los datos que manejamos diariamente nos dimos cuenta que la mayor parte de las personas que venían a solicitar nuestros servicios eran autónomos, micropymes, o pymes, dedicados al sector servicios y que normalmente estos emprendedores/as tenían un gran desconocimiento de temas administrativos, del uso de las nuevas tecnologías, de temas burocráticos, etc. Otra apreciación que hicimos fue la falta de tiempo que tienen la mayoría de ellos/as, ya que al dedicarse a los temas mencionados les resta tiempo que necesitan para cumplir con su trabajo.
Teniendo en cuenta lo expuesto en la introducción surgió la idea de crear algo diferente a lo que actualmente existe en el mercado, una empresa que diera soluciones integrales a todas y cada una de sus necesidades, ofreciéndoles un servicio personalizado y de calidad y constantemente actualizado en las NNTT. No se limitará simplemente al tema contable, fiscal o laboral, que es lo que ofrecen la mayoría de las empresas actuales como pueden ser gestorías o asesorías, sino un servicio más global, un servicio igual o mejor que el que pudieran obtener creando su propia oficina física pero con un coste mucho menor, más especializado y amplio.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Nos dirigimos a empresarios/as ubicados en Jaén capital y provincia.

Nuestros Servicios
Secretariado:
- Atención telefónica.
- Agenda, Facturación.
- Presupuestos
- Contabilidad

Asesoría-Consultoría:
- Contabilidad
- Fiscalidad
- Laboral
- Gestión de Incentivos

3 Mercado: clientes y competencia

Tenemos un público objetivo que está constituido por EMPRESARIOS/AS INDIVIDUALES, PYMES Y MICROPYMES.
El 70% de nuestros potenciales clientes serían varones frente al 30% de mujeres, con una media de edad que ronda los 30-35 años. La mayoría con estudios de Formación Profesional o Bachillerato, pero con desconocimiento del manejo de NNTT. Entre las profesiones destacan las pertenecientes al Sector Servicios (pintura, albañilería, fontanería, electricidad, topografía) y las consideradas Profesiones Liberales (Abogacía, Topografía).
Nuestra competencia directa son las asesorías, consultorías.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Unas de las novedades más innovadoras de nuestra empresa será el disponer de una plataforma virtual, a la que puedan acceder los clientes 24 horas al día desde cualquier ordenador que disponga de Internet. A través de esta plataforma el cliente podrá realizar entre otras las siguientes funciones:
- Consulta de balances contables, cuentas de explotación, libro de facturas emitidas y recibidas.
- Su correo electrónico.
- Agenda on-line.
- Se ofrecerá un servicio de resolución de dudas y problemas relacionados con la informática, con mensajería instantánea (disponible en una franja horaria del día).
- A través de esta plataforma se le ofrecerá al cliente la posibilidad de realizar cursos on-line dentro del programa FORCEM (Crédito disponible por cada empresa o autónomo para la realización de formación de forma gratuita a través de las deducciones de las cuotas a la seguridad social).
- Los clientes podrán realizar sus propias facturas o albaranes en las plantillas previamente diseñadas y personalizadas.

IntelPark3000

Carlos Chiquero Barranco

23650 Torredonjimeno (Jaén)
Tlf. 669 801 121
E-mail: c_chiquero@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

El proyecto de IntelPark3000 se basa en la gestión de un parking. Consistiría en hacer un uso de las nuevas tecnologías para su funcionamiento, facilitando al usuario la estancia en el recinto y a su vez la posibilidad de reservar plaza con cierta anterioridad mediante mensaje de texto a través del teléfono móvil y así evitar llegar a él y encontrarse con todas éstas cubiertas.
Dicho gestionamiento estaría basado en la tecnología y en la domótica ofreciendo a al cliente una serie de mejoras a las ya modernas e innovadoras medidas que se están empezando a implantar. También propongo la idea de gestionar igualmente las plazas propiedad de residentes ya que, por motivos laborales, estudios, etc, durante una determinada franja horaria, se queda desocupada y así poder obtener un rendimiento en las horas de ausencia de la plaza.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El servicio ofrecido sería aportar unas mejoras para una gestión óptima de los espacios vacíos a través de un sistema de información guiada. Cuando un cliente entre en el aparcamiento, el sistema guía de forma automática hasta el espacio libre más cercano mediante paneles informativos. En dicha entrada encontraría además una pantalla informativa en la que se viera reflejada la vista en alzado de la distribución del parking. A las ideas implantadas en los más modernos parkings, que han incorporado leds indicativos rojos y verdes indicando plaza ocupada, plaza vacía respectivamente, se les uniría otro led más, en este caso de color amarillo, que indicaría que esa plaza está reservada por adelantado La reserva se realizaría mediante mensaje de texto.
Otra mejora a la que hacer referencia sería ofrecer la posibilidad de realizar el pago directo mediante el teléfono móvil. Otra idea es hacer un mejor uso de las plazas destinadas y propiedad de residentes. Estas plazas habitualmente se quedan vacías por motivos laborales, de estudios, etc. durante una determinada franja horaria, por lo que estas plazas podrían ser compartidas durante los horarios establecidos.

3 Mercado: clientes y competencia

Iría destinado a todo tipo de clientes que precisen la necesidad tan común de encontrar una plaza de aparcamiento para su vehículo.
Frecuentemente sufrimos o vemos notables embotellamientos en la entrada o salida de los parkings, sin mencionar las dantescas “carreras” que se dan hacia la caza de la preciada plaza disponible que se supone que está pero que nadie la encuentra. Mediante este sistema de gestionamiento, lo mencionado anteriormente desaparecía y los usuarios serían los realmente beneficiados.
La competencia correspondería a otros parkings ya existentes pero sin ofrecer al usuario todas las mejoras y posibilidades que este proyecto agrupa.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Señalar principalmente el elevado número de prestaciones de cara al usuario que se concentran, haciéndole sencilla, fácil y cómoda la labor a éste. Citar que el cliente de pueda dirigir rápidamente a una plaza libre sin tener que buscarla, resolver el caos y los colapsos en horas punta. Cuando la mayoría de las plazas estén ocupadas, se evitarían los embotellamientos, minimizarían situaciones potencialmente estresantes, reduciendo el riesgo de accidentes. Estaríamos informados mediante mensajes de texto de la duración-coste del estacionamiento, posibilidades de potenciar el rendimiento de las plazas desocupadas durante determinadas franjas horarias, etc.

InterJaén S.L.

Carmen Carrasco García

c/Iglesia nº 15, piso 2B escalera 1.
23450 Ibros (Jaén)
Tlf. 647082595
E-mail: rubia14_4@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Para elegir el tipo de negocio que quería abordar he decidido realizar un análisis del entorno y, a partir de ahí, elegir la mejor opción. En estos momentos nos está afectando una grave crisis económica. Los agentes económicos y los profesionales de las finanzas dicen que estamos sólo en el principio, así que el negocio debemos orientarlo a que pueda ser aceptado por la sociedad y que sobreviva a esta crisis.
El negocio debe reunir unos requisitos para que sea efectiva su supervivencia. Unos de estos requisitos tiene que ser que no sugiera una gran inversión para el empresario y que tampoco suponga un gran riesgo.
La idea principal de la empresa se centra en poner en contacto a personas que quieren desprenderse o desean arrendar un objeto y a las personas que tienen esas mismas necesidades. Aunque la idea de este negocio ya existe, realizaré algunos cambios para que sea mejor aceptada en el mercado.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Intercambio o venta de objetos: Los usuarios procederán a rellenar un formulario en el que se incluirán todos los detalles del objeto y los objetos que desea obtener o intercambiar. A la entrega de dicho formulario se abonará el precio de dicho servicio, que será en función del valor del bien.
- Otra actividad está orientada a los estudiantes y/ o trabajadores que tienen su lugar de estudio o trabajo fuera de su lugar habitual de residencia. Este servicio se efectúa a través de un registro en una pagina Web, (el cual tendrá un coste), en las que se procederá a poner en contacto a personas que tienen el mismo destino para que puedan compartir automóvil.
- Otro de los servicios es la realización de unas reuniones (las cuales tendrán un precio de entrada), en las que se procederá a poner en contacto a personas que tienen la necesidad de alquilar un inmueble y personas que desean arrendarlo.

3 Mercado: clientes y competencia

El tipo de cliente que puede requerir estos servicios es cualquier tipo de persona. Debido a esta crisis económica y financiera que nos está afectando, la mayoría de las personas se han visto obligadas a acudir al mercado de segunda mano.
Por otro lado, el servicio de las Web y las reuniones está destinado principalmente a personas que tienen su lugar de trabajo en ciudad distinta a su lugar de residencia, ya que éstos son mayormente los que demandan este tipo de servicios.
La competencia existente es bastante amplia, ya que nos podemos encontrar desde tiendas de segunda mano (servicio de compra- venta), inmobiliarias (servicio de arrendamientos, hasta incluso las propias personas a través de carteles informativos, las propias conversaciones (servicio de reuniones)…

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Si nos centramos en el intercambio, aunque ya existen tiendas de segunda mano, el número de éstas es relativamente bajo. En estas tiendas, los bienes de segunda mano que suelen poner a disposición del cliente suelen ser todo tipo de electrodomésticos, es decir, bienes que suelen tener bastante valor. En este negocio no se ponen barreras, se podrán intercambiar y vender cualquier tipo de objetos.
En el sentido de las webs sí que son innovaciones en su integridad, puesto que no se conoce ningún tipo de negocio de estas características. Este negocio tendrá buena aceptación en los estudiantes ya que reduciría el tiempo de espera en estaciones, reduciría el tiempo del trayecto, puesto que no se harán paradas, y lo más importante, supondría un ahorro ya que los autobuses o trenes suelen ser más caros que, por ejemplo, pagar la gasolina del trayecto entre varias personas.
Por último, las reuniones es la parte original de la empresa, ya que es una forma fácil de atraer a las partes. Para este tipo de servicios ya existen las inmobiliarias, pero se llevan una parte alta de comisión.

Laboratorio y Consultora Ecolivar

Mª Ángeles Peña Anguita

Huerta Grande, 18.
23160 Los Villares (Jaén)
Tlf. 656 659 390
E-mail: mpanguita@yahoo.es

1 Descripción de la idea de negocio

La empresa se presenta con el nombre de: LABORATORIO Y CONSULTORA ECOLIVAR. La creación de la empresa supone un impulso para la mejora del sistema agrícola que tiene cada vez más importancia tanto a nivel nacional como internacional.
La idea de empresa es la formación de una consultoría agraria para dar apoyo y ofrecer servicios a todas las personas que trabajan en el ámbito del olivar y realizar informes agrícolas sobre cualquier aspecto relacionado con la agricultura, ya que en la provincia de Jaén es uno de los sectores con más importancia económica y que todavía tiene muchos aspectos que se pueden optimizar.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa desarrollará su trabajo en tres líneas de actuación:
1.- Asesoría sobre la mejora del olivar: asesoría al agricultor para conseguir los mejores resultados de su explotación, por ejemplo, el uso más adecuado de fertilizantes y abonos, cantidad a utilizar y periodo de aplicación, cuyo objetivo consiste en evitar procesos de infiltración o escorrentía de fertilizantes que podrían provocar problemas de contaminación de acuíferos y el bloqueo de nutrientes en el olivar, así como la realización de análisis fitopatológicos. Por otro lado, se aumentaría la rentabilidad del agricultor al asegurar la eficacia de los fertilizantes o abonos utilizados. 2.- Laboratorio de análisis: Se realizarán análisis sobre madurez de la aceituna y la calidad del aceite de oliva. 3.- Implantación de olivar ecológico (oleicultura sostenible): se realiza un plan de buenas prácticas en el olivar para transformar la explotación en olivar ecológico, mejorar de la calidad del aceite de oliva y aumentar del precio del producto.

3 Mercado: clientes y competencia

En un primer momento, el mercado al cual se va a dirigir ECOLIVAR es:
El ámbito de actuación se centrará en Los Villares y, posteriormente, en las comarcas cercanas de la Sierra Sur de Jaén con posibilidad de ampliar el marco de actuación en función del desarrollo del proyecto.
El campo de actuación es local, el desarrollo de la actividad será en Los Villares, una comarca perteneciente a la Sierra Sur de Jaén, con mucha tradición olivarera y que todavía no ha explotado todo su potencial con respecto a la olivicultura.
Los posibles clientes pueden ser:
Aquellos agricultores con iniciativa, afán y ganas de mejorar su producción, gente necesitada de asesoramiento técnico especializado.
Por otro lado, en el ámbito de acción de la empresa existe un déficit de servicios enfocados al sector del olivar por lo que considero una oportunidad de negocio la ubicación de una empresa de estas características.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El proyecto tiene un marcado carácter innovador ya que es una empresa que trata de aunar todos los posibles campos de acción que conforman el mundo de olivar. Ofrece muchos servicios diferentes y un apoyo personalizado al agricultor. Por otro lado, introduce un nuevo sector de trabajo que es el olivar ecológico.
Aunque existen otras empresas que ofrecen servicios similares a ECOLIVAR no se centran exclusivamente en el campo de la olivicultura, por lo que no pueden ofrecer un servicio personalizado y exhaustivo a los clientes. Nuestra empresa no sólo pretende realizar análisis agroquímicos sino dar una respuesta de mejora a nuestros clientes sobre su explotación y tener un contacto directo y personal con ellos.
Además, aportaría una ayuda técnica especializada para cambiar el sistema de producción hacia el olivar ecológico con los consiguientes beneficios que le aportaría.

Luz Propia

Fátima Izquierdo Anguita

Aptdo. de Correos nº 28
23670 Castillo de Locubín (Jaén)
Tlf. 676688900
E-mail: fatizq_1@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Si realizamos un análisis del entorno que nos rodea, en el mundo real todavía es frecuente encontrar a muchas organizaciones incapaces de otorgar al cliente el papel central que se merece, considerando a éste como el motivo de su existencia. De esta forma, la idea de negocio que propongo estaría basada en la creación de una empresa dedicada a la producción de cosméticos y perfumes mediante el uso de materias primas naturales, debido al valor que los clientes otorgan al cuidado de la salud y la imagen personal, incorporando al concepto de estética para la belleza el de estética del bienestar, y a la importancia creciente adquirida por el respeto al medio ambiente consecuencia de la toma de conciencia ecológica.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La gama de productos de la empresa estaría formada por dos líneas principales: línea de cosmética y línea de perfumería. A su vez, la primera se subdivide en cinco líneas: línea corporal, línea facial, línea capilar, línea solar y línea de aceites esenciales.
Productos que integrarían las citadas líneas:

Línea de cosmética

1.- **Línea Corporal:** Cremas anticelulíticas, antiestrías, anticartucheras, hidratantes para pieles secas, grasas y mixtas, etc. 2.- **Línea Facial:** Cremas antiedad, antiacné, anteojeras, agua de rosas, protectores labiales, etc. 3.- **Línea Capilar:** Cremas desenredadoras, alisadoras, rizadoras, etc. 4.- **Línea Solar:** Sprays solares, protectores solares para cara, manos y cabello, potenciadores del bronceado, etc. 5.- **Línea de Aceites Esenciales:** Aceites de almendra, de romero, de lavanda, de aguacate, de limón, de kiwi, de pomelo, de eucalipto, de salvia, etc.

Línea de perfumería

Perfumes, colonias y agua de colonia.

3 Mercado: clientes y competencia

A pesar de que los productos del sector cosmético están destinados a un público mayoritariamente femenino, se ha decidido incluir a los hombres como mercado potencial de la empresa, algo acorde con los valores de hoy en día. En lo que respecta a la evolución del número de empresas del sector en los últimos años se puede decir que mantiene una tendencia de crecimiento sostenido. En España el sector de la cosmética ha crecido entorno al 8,3%.

Posición internacional del sector

La Jabonería Galesa dedicada a la venta de productos 100% naturales y de muy alta calidad.
Bottega Verde, procedente de Italia, llega a España ofreciendo una gama de productos propios elaborados con activos naturales.
Otra empresa que cuenta con numerosos establecimientos en nuestro país es la francesa Yves Rocher. Natura Cosmética, de Latinoamérica, vende sus productos a través de herboristerías y perfumerías francesas. Esta empresa triunfa con el lema de cosmética verde, al caracterizarse por utilizar envases reciclables y ecológicos.

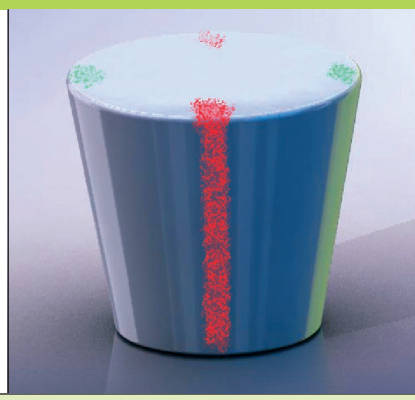
4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Principalmente, la empresa plantearía a los clientes la posibilidad de realizar un estudio dermoestético gratuito a fin de diagnosticar qué tipo de producto/s se ajustan a sus necesidades en función del tipo de piel y, de igual forma, les haría un seguimiento para ver que las mismas están siendo cubiertas y que quedan satisfechos con el servicio recibido.
Adicionalmente, a través de la diferenciación de sus productos, en lo que respecta a: 1) Los envases reciclables que utiliza, los cuales mejoran su imagen debido a la sensibilización del consumidor hacia el reciclado de residuos y, además, al ser de diversos tamaños, formas y materiales se adaptan a las distintas necesidades de los consumidores. 2) La calidad de los productos ofrecidos que fusionan lo último en belleza natural y ecología punta a precios que se adaptarían a todos los niveles económicos.

Mejora del proceso de fabricación de cubitos de hielo

Manuel García Bouzas

Av. de la Universidad 6.
23009 Jaén
Tlf. 953 087 767
E-mail: manologbouzas@gmail.com

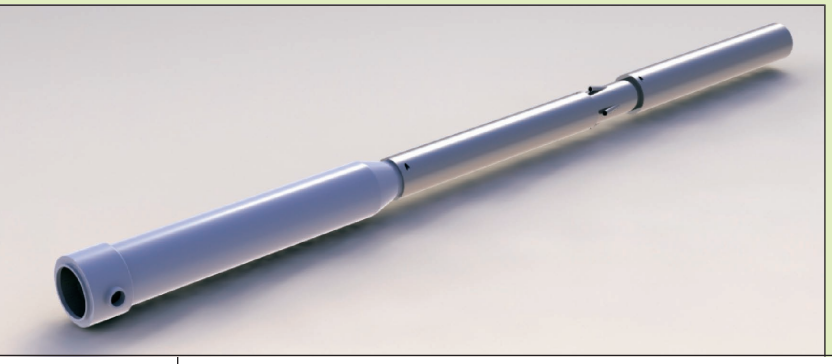


1 Descripción de la idea de negocio

La idea del negocio es bien simple, "busca una necesidad. Véndesela". Dentro del mercado de los cubitos de hielo existen diversos modelos, pero el más apreciado es aquel que no tiene ningún tipo de hueco por medio, que dura el mayor tiempo posible y que no agua la bebida. Es por ello que la propuesta general de este proyecto reside en la creación de un sistema que produzca de una forma más eficiente de la actual, cubitos de hielo macizos y, al mismo tiempo, crear dos nuevos conceptos de cubitos.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El producto a suministrar serán cubos de hielo orientados principalmente para su venta directa en estaciones de servicio, camping, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia... Las líneas principales de nuevo negocio serán cubos de hielo gasificados (pequeñas burbujas de O_2 o CO_2) y, por otro lado, con franjas de colores.

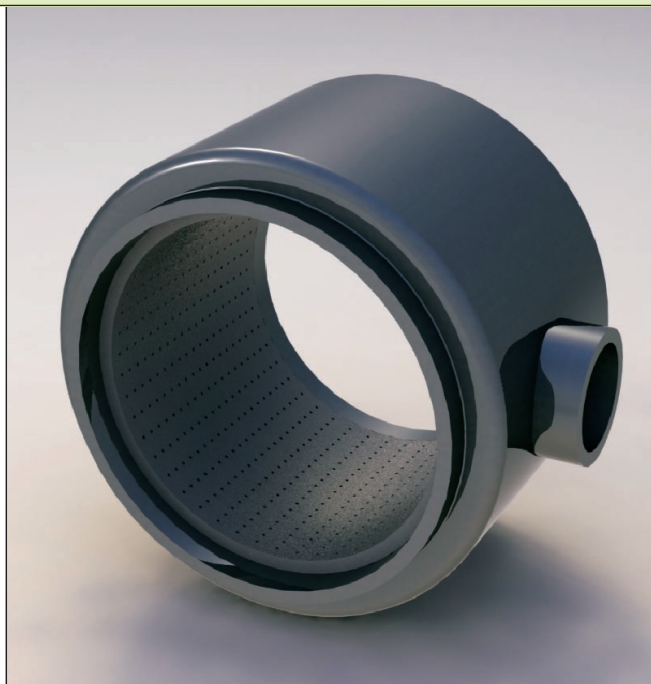


3 Mercado: clientes y competencia

En España existen 263.627 empresas de restauración, (datos INE 2006), en las que englobamos bares, restaurantes, pubs, etc... A este número hay que sumar la venta de hielo al consumidor directo, gasolineras, supermercados, tiendas de alimentación, tiendas de conveniencia, etc...
Si sólo nos centráramos en el sector restauración como principal cliente, el potencial que suponen las 260.000 empresas consumidoras de cubitos de hielo hace situar el posible volumen de mercado entre los 40 y 50 millones de euros.
No obstante, este mercado cuenta con una competencia ampliamente establecida y asentada, por lo que no sería lógico establecer esta cifra como posible. También hay que tener en cuenta que es improbable que una empresa de nueva creación obtuviera esa cuota y más considerando que estos datos son a nivel nacional. En cualquiera de los casos, nos sirve como ejemplo del potencial del mercado.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Se trata de un nuevo concepto de fabricación, en el que el hielo que se genera está pensado para un cliente selecto que está dispuesto a pagar más por un hielo que, además de la transparencia, disponga de aromas, Ozono o cualquier otra característica particular que se le quiera añadir.
Del mismo modo, el sistema modular que lo compone, así como los conceptos de fabricación podrían permitir la creación de una maquinaria concreta para cada instalación, creando la sensación de "Exclusividad" para cada cliente (se exponen imágenes varias del modelo final que se encuentra diseñado y que se empleó para una de las asignaturas de Ingeniería Industrial).



Miel de Luna

Rebeca María Fernández Zabala
Rosa María Zabala Ordóñez

Plaza del Zodíaco, nº 3 - 2º B.
23009 Jaén
Tlf. 953 259 857
E-mail: rebeca_humanista@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea inicial surgió al aplicar el mecanismo de las máquinas de café y la filosofía de Telepizza a una de las técnicas tradicionales de elaborar pasteles y tartas: superponer distintas capas de crema y bizcocho, con un baño o glaseado final. Nuestro propósito era fabricar una máquina expendedora en la que los usuarios podrían "diseñar" su propia tarta, eligiendo los distintos tipos de cremas y bizcochos a su disposición. La máquina tendría un diseño prismático "tradicional". En su centro habría una ventanilla por la que el usuario vería cómo se iban depositando las diferentes capas y, a los lados, paneles con las distintas opciones de cremas, bizcochos y glaseados. Los depósitos de los ingredientes deberán renovarse con frecuencia, procurando adaptarse a los gustos de los clientes de cada zona y garantizar la variedad de opciones y la calidad de los productos.
Como complemento a estas máquinas de pasteles se ideó una red de pequeños locales al estilo de algunos puestos de comida rápida en los que, además, se ofertarían otros productos de repostería como churros, gofres, crêpes, helados artesanos…

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El principal producto son las máquinas expendedoras de pasteles en las que los usuarios podrían elegir las distintas capas de bizcocho y crema de su tarta y el glaseado final. La empresa también se encargaría de proveer las porciones de crema y bizcocho, procurando adaptarse a los gustos y demandas de los clientes de cada zona, garantizar la calidad de los productos, y ofrecer una amplia variedad de sabores y opciones.
Además, ya hemos mencionado la posibilidad de abrir pequeños locales en los que, junto a los pastelillos de las máquinas, se ofertarían productos como churros, gofres, crêpes, helados artesanos…

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros productos inducen a un consumo individualizado e inmediato que podría atraer especialmente a ciertos grupos: estudiantes, niños a la salida del colegio, trabajadores en sus minutos de descanso, familias o grupos de amigos a los que les apetece merendar. Las máquinas y establecimientos se localizarían en puntos estratégicos, atendiendo a los hábitos de estos grupos.
Por otro lado no hay que olvidar que las máquinas pueden ser adquiridas por otros negocios. Por un lado, por otros establecimientos de hostelería: pastelerías, bares, restaurantes, etc. Pero tampoco hay que olvidarse de todos esos lugares en los que solemos encontrarnos las "máquinas de café".
Nuestros competidores son, principalmente, otros establecimientos de repostería, aunque éstos pueden adquirir nuestras máquinas. Además, ofrecemos servicios complementarios a los suyos.
También podrían contarse como competencia los puestos de gofres, churros, las máquinas expendedoras de aperitivos y dulces, cuya filosofía compartimos en parte. Sin embargo, todavía no se ha aplicado de manera personalizada a la elaboración de tartas.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La originalidad de la idea nos proporcionaría cierta ventaja, ya que, en un principio, no contaríamos con competencia directa. Nuestra principal baza es la personalización del producto: cada usuario diseñaría su propia tarta, encontrando a su disposición una amplia variedad de sabores y texturas (una variedad que, por otra parte, no es muy frecuente en la mayoría de marcas reposteras). Los precios resultarían muy competitivos; especialmente en nuestros locales, donde se eliminarían buena parte de los gastos intermedios. El acercamiento local a los gustos de los consumidores, a parte de crear nuevos puestos de trabajo, nos permitiría economizar los recursos, de acuerdo con las tendencias de los modernos procesos de producción. Por otra parte, ya contamos con un tipo de público predispuesto a nuestros formatos (jóvenes universitarios).

Mundiglobal

Laura López Almansa

C/ Pizarra, nº 26.
23700 Linares (Jaén).
Tlf. 626 05 62 74
E-mail: laur_a@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

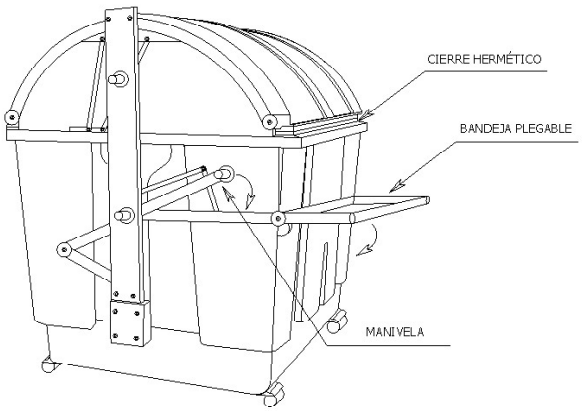
La idea de negocio de la empresa MUNDIGLOBAL es la fabricación y venta de un nuevo contenedor de basura ecológico con unas especiales características de diseño que facilitará a todos la tarea diaria de arrojar la basura al contenedor. Si bien en los últimos tiempos se ha ido modificando la estructura de los contenedores con el fin de aunar criterio estético y utilidad, la realidad es que aún no se ha conseguido un diseño que permita realizar sin molestias esta función.

Pensando en todos, pero en especial en los ciudadanos con estas carencias, la empresa MUNDIGLOBAL diseña un tipo de contenedor que permite con el simple movimiento de una manivela a una altura accesible a cualquier persona, la realización de una actividad tan tediosa como es eliminar la basura del hogar.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El proceso de producción y aprovisionamiento contemplado por la empresa consiste en la subcontratación de dichos servicios a Resur Jaén, de forma que fabriquen los contenedores siguiendo nuestros requerimientos. Nuestro contenedor se va a fabricar en plástico reciclado.

Para ello podemos utilizar tres tipos de plásticos principalmente, polietileno de alta y baja densidad, policloruro de vinilo y polipropileno. Se puede realizar de dos maneras: reciclaje mecánico o químico.



3 Mercado: clientes y competencia

Toda la población en general será usuario de este nuevo contenedor, aunque sí es cierto que se ha elaborado pensando en personas con características especiales, como pueden ser ancianos, niños o discapacitados, que deben enfrentarse diariamente a muchas tareas que se le hacen dificultosas o imposibles.

MUNDIGLOBAL quiere aportar un granito de arena para ayudarles y les vamos a facilitar una tarea que se hace por costumbre diariamente.

Características a destacar:

- Tiene un modo de empleo fácil y no supone ningún esfuerzo.
- La palanca está colocada a una altura de fácil alcance para todo el mundo, incluso para un niño o una persona que vaya en silla de ruedas.
- Gracias a su cierre hermético no producirá malos olores, lo que es molesto, ya que muchas veces los contenedores se encuentran demasiado cerca de las viviendas.
- El contenedor se va a fabricar de plástico reciclado, con lo que también contribuiremos con el medio ambiente.
- Se realizarán contenedores de varios tamaños para poderlos adecuar a cualquier tipo de vía.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El contenedor de basura será instalado en cualquier punto de la ciudad debido a sus características, tales como:

- Diversos tamaños, varios modelos, los olores quedarán totalmente controlados gracias a su cierre hermético, creará independencia y autonomía, comodidad y facilidad para todos.

La empresa MUNDIGLOBAL ha conseguido diseñar un contenedor adaptado a las necesidades de muchas personas, con unas características y ventajas muy peculiares.

NutryTecnoSportCENTER

Carlos Chiquero Barranco

23650 Torredonjimeno (Jaén)
Tlf. 669 801 121
E-mail: c_chiquero@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea consistiría en un complejo basado en la Tecnología, el Deporte y la Salud, adaptado para diversos fines o aspectos, diferenciados notablemente. Por un lado, una parte de la instalación iría destinada a un gimnasio, especializado y enfocado hacia aquellas personas que tuvieran algún tipo de problema de obesidad. Este centro poseería salas de musculación y salas cardiovasculares con máquinas especializadas y totalmente adaptadas para personas con este problema. Por otro lado, ya que la idea se basa en la salud, consistiría en la distribución especializada de productos y alimentos destinados para personas celiacas y diabéticas. Finalmente, los aspectos técnicos del proyecto basados en I+D+i irían enfocados en generar una energía eléctrica fruto del trabajo que los usuarios realizan en las salas de máquinas, ya que las bicicletas de las salas de spinning y algún número de máquinas de la sala de musculación irían conectadas a unos acumuladores o baterías de energía.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Respecto al apartado del gimnasio destinado a personas con problemas de obesidad principalmente, la empresa enfocaría su trabajo y el de sus empleados primeramente al guiado a través de un grupo de profesionales nutricionistas que elaborarían dietas e indicarían las pautas a seguir de estas personas. Aparte irían acompañados de clases teóricas y charlas abiertas con el fin de enseñar qué actuaciones respecto a la dieta, alimentos y salud alimentaria son correctas y cuáles no. Ambos aspectos de trabajo irían acompañados de revisiones periódicas y valoraciones adecuadas. Las instalaciones, aparte de estar dotadas de salas de musculación y cardiovasculares, tendrían además otras como por ejemplo de spinning, pilates, gimnasia multiusos y kickboxing, una destinada para masajes, saunas para ambos sexos, un departamento de nutrición, un área destinada para los instructores y profesionales, cafetería, cocina, recepción-venta de productos, diversos vestíbulos y sanitarios y parking.

3 Mercado: clientes y competencia

El centro está pensado para ayudar a un determinado tipo de cliente lo cual no quiere decir que excluya a aquellos que no posean este problema, pero sí decir que la especialización se basa en ayudar a las personas con problemas de obesidad.
Gracias a las distintas posibilidades que se dan cabida en NutryTecnoSportCENTER los usuarios estarán totalmente informados del tipo de tratamiento o tarea a seguir, ya que movidos por reducir o evitar el sobrepeso, son muchas las personas que acuden a gimnasios o realizan alguna actividad física, asociándolo con restricciones alimentarias que no siempre cumplen con los requerimientos mínimos para mantener una buena salud. En este centro se revisan principios de nutrición deportiva orientados a lograr y mantener una óptima composición corporal, sin comprometer la salud ni el rendimiento deportivo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La competencia real proviene de otros gimnasios y salas musculares abiertas al público, aunque éstas no ofrezcan la posibilidad de que mientras el usuario está practicando deporte, un grupo de profesionales se centren en su organismo, constitución, y demás características morfológicas para sacar el máximo partido y ayudarles en el tratamiento, el cual al final de cada jornada entrarán a valorar por parte de los responsables de la materia. Además de ofrecer la adquisición de los productos sin gluten y sin azúcares a modo de dispensario.
El aspecto tecnológico del centro puede ser algo atractivo para el público, además de beneficioso para todos. Este hecho puede despertar curiosidad por parte de usuarios que sientan algún tipo de interés por estar al día sobre las nuevas tecnologías, y qué mejor que hacerlo mientras se practica deporte, generando así nuestra salud particular además de una energía renovable y beneficiosa para todos.

Ocio Alternativo La Meseta

Alberto López Cazalilla
Jorge Torres Montijano

Ctra. de Granada (antigua), km. 45.
23170 La Guardia de Jaén
Tlf. 953 328 165
E-mail: alberto_rol@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

En la actualidad existen multitud de propuestas de ocio alternativo y se quiere potenciar los atractivos turísticos de interior. Esta empresa es acorde con esta tendencia y pretende hacer llegar un deporte alternativo, el paintball, a los habitantes jiennenses. En EEUU, casi un tercio de la población juega o han jugado a este deporte. Sin embargo, en España apenas se conoce. Se trata de combates entre dos equipos mediante pistolas "marcadoras" que disparan bolas de pintura. Obviamente es un deporte que requiere ciertas protecciones para evitar daños (casco completo, coderas, rodilleras, mono y guantes), sin embargo, estudios de las aseguradoras lo muestran más seguro que el golf, por poner un ejemplo, y que la totalidad de los deportes de contacto.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

En definitiva, lo que pretende aportar esta idea es un espacio habilitado para la práctica de este deporte, con escenarios de combate diferentes y en un espacio natural pero a su vez cercano a la urbe, lo que permitiría un máximo de satisfacción y abstracción de la rutina diaria con un mínimo de incomodidades. Asimismo pretende utilizar ciertos medios (como página web, torneos, etc) para crear un sentimiento de comunidad en torno a este deporte, fomentando el ocio sano y la descarga de estrés tanto en jóvenes (con acompañamiento de mayores) como en adultos, así como la siempre interesante experiencia de conocer gente nueva por medio del deporte.

3 Mercado: clientes y competencia

En cuanto a la competencia, hay dos ofertantes en Jaén. El primero es "La Noguera", que ofrece la comodidad de estar cerca de Jaén pero tiene varios grandes defectos. El primero es que posee un equipo anticuado y mal mantenido. El segundo, que para llegar al lugar de juego hay que atravesar carriles de tierra estrechos, lo que lo convierte en muy incómodo. Tercero, un precio poco competitivo, y cuarto, un campo de juego excesivamente pequeño. Por otra parte, hay otro ofertante denominado "Expedia Multiaventura", casi en la Sierra de Andújar. Este ofrece un mejor equipo y, sobre todo, una ubicación excelente en cuanto a naturaleza se refiere. Sin embargo, precisamente por su situación, es de difícil acceso.
En cuanto a los clientes se refiere, consideramos que el cliente potencial son los jóvenes, tanto hombres como mujeres, por su diversión y carácter de deporte en grupo, así como por la idea de reto y competición equipo contra equipo, y los trabajadores y empresarios, por la alta dosis de adrenalina y carácter desestresante de esta actividad.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Ocio Alternativo la Meseta pretende ofrecer mejor calidad respecto de sus competidores, aportando marcadoras modelo Tippman 98 con ACT, más cómoda, de mayor alcance y precisión y más segura que la de sus competidores. Asimismo, pretende aportar comodidad al estar ubicada justo a veinte metros de una carretera nacional. Pretende, asimismo, reducir el precio, que es bastante alto por no existir competencia en este mercado.
Por otra parte, un gran pilar de esta empresa ha de ser el solucionar el problema de coordinar a diversos grupos de personas para participar en estos juegos, organizando un foro sobre paintball con los videos de las partidas, fotos, y donde se establezcan quedadas y encuentros para que fans de este deporte se conozcan y sea más fácil la comunicación entre ellos. Incluso puede llegar a organizarse partidas por la misma empresa, alistándose los que quieran jugar en un registro de equipos dispuestos a competir, de manera que la empresa los llamaría si les surgiese algún rival, o algún nuevo grupo quisiese jugar pero no supiese contra quién. De esta forma, lo que se ofrece dicho sucintamente es organización, comodidad, buen precio y calidad en el servicio.

Ocixauen

Lidia Cruz Gutiérrez

Travesía José Zorrilla nº1, portal 1 – 1º C.
23002 Jaén
Tlf. 953 231 412 / 660 755 181 / 622 622 181
E-mail: lidia_jaen@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Consiste en aprovechar los recursos territoriales turísticos de la ciudad de Jaén a través de la transformación del casco antiguo de la urbe en una ciudad medieval, con el objetivo de atraer al mayor número de visitantes. De modo que se le plantee al turista una forma diferente de turismo al que viene acostumbrado a ver. Se pretende transportar al viajero a una época diferente, mostrándole a su vez las costumbres y modo de vida de la época medieval.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad principal de la empresa sería la producción y comercialización de paquetes turísticos a través de actividades de animación turística y la organización y gestión de los recursos de la zona. Los productos que la empresa comercializaría en forma de paquetes turísticos serían:

- Alojamiento en la Edad Media. El cliente podrá disfrutar de una experiencia única e inolvidable actuando como un vasallo, un caballero o una apuesta doncella. Unas actividades divertidas y apasionantes que harán que el turista no se conforme con pasar de largo por Jaén, sino quedarse un día más. Los turistas podrán disfrutar un fin de semana medieval: podrán vestir, comer y participar en simulaciones teatrales de la época de los señoríos feudales.
- Bienestar y salud. Este centro de bienestar de la época morisca simulando los baños árabes de Jaén, ofrecerían al cliente un tratamiento completo de salud y a la vez una satisfacción cultural y, como mencionábamos anteriormente, de exclusividad frente al resto de la población. Para ello sería necesario obtener un centro de bienestar ambientado en la época morisca.
- De compras por Xauen. A través de mercadillos medievales en la plaza de la Magdalena, o el vivero de artesanas, la calle Maestra, entre otras, brindaríamos a los turistas la posibilidad de conseguir productos artesanos, paseando por un ambiente medieval, llevándoles a otro tiempo mientras se deleitan de espectáculos, representaciones teatrales, etc.
- Noches de embrujo. Espectáculos y festejos de antaño para invitar al cliente a pasear por el casco antiguo de esta fantástica ciudad y a disfrutar de una noche de magia y embrujo. Junto con los espectáculos constantes y otras actividades, se invitaría a los ciudadanos a participar en este proyecto a través de puestos de comida, establecimientos, etc., respetando la estética y costumbre medieval, al igual que el recetario antiguo.

3 Mercado: clientes y competencia

Este tipo de productos que la empresa pretende comercializar abarcan un público bastante amplio, ya que podrían acogerse, y disfrutar de ellos, personas de todas las edades, como de grupos sociales. Se pretende abarcar el mayor tipo de clientes posibles y, por lo tanto, el mayor número de clientes que la empresa pueda abarcar. Es por esto que se constituye una idea de ocio útil y atractivo para todos los grupos de turistas que podamos encontrar, ya que pretende cubrir todas las necesidades que le puedan surgir al cliente a lo largo de su visita.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Ofrece a los clientes una visión diferente de monumentos e historia, les ofrece la posibilidad de una experiencia única y unas vacaciones o una estancia inolvidables transportándolos a otra época. Ofrece al usuario una ciudad llena de embrujo, leyendas y misterio. Como valor añadido al cliente, podríamos destacar su satisfacción cultural, el conocimiento histórico aportado junto con la sensación de bienestar, tan cotizada en la época actual. La ventaja competitiva reside básicamente en su carácter innovador, ya que no contamos en la zona con ninguna empresa que ofrezca una visión diferente de los recursos de la zona. Ofrece un concepto diferente de turismo, creando un nuevo concepto, el TURISMO MEDIEVAL, un turismo activo para el cliente frente a lo que venimos a acostumbrar en meras visitas, dejando siempre al usuario como un simple espectador.

Oro Andaluz

Dolores Moral Gadeo

Tlf. 669 454 364
E-mail: lola_moral_gadeo@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi idea de negocio surge de la necesidad y el deseo que tengo de ampliar mi formación lingüística en inglés, idioma del país de ubicación, que por tanto es Reino Unido, concretamente situado en la zona "Covent Garden", uno de los lugares más vivos de Londres, un lugar donde siempre hay gente y donde es una delicia pasear rodeado de turistas (y de londinenses, ya que Convent Garden es uno de sus lugares favoritos para tomar algo con los amigos), infinidad de artistas callejeros y multitud de tiendas y cafés, en lo que fue un antiguo mercado.
Mi idea es crear una empresa (negocio: de venta de aceite de oliva virgen extra), en la zona de Londres expuesta anteriormente: "Covent Garden".

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El programa de prácticas profesionales en dicha empresa es el siguiente:

a) Duración: seis meses prorrogables por otros seis.

b) Destinatarios: titulados o cursando las últimas asignaturas de la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas, preferentemente especialista en "Marketing y Comercio Exterior".

c) Prestaciones:
- Desplazamiento ida y vuelta al país de destino.
- Alojamiento en familias, residencias universitarias o pisos compartidos.
- Manutención completa.
- Seguro sanitario en caso de accidente y/o enfermedad.
- Transporte interno.
- Curso intensivo de 80 horas del idioma del país de destino.
- Prácticas en empresas del país de origen.

3 Mercado: clientes y competencia

El proyecto "Oro Andaluz" se desarrolla con la participación de:
- Junta de Andalucía. Agencia de Promoción de la Empresa Andaluza en el Exterior (EXTENDA).
- Diputación de Jaén.
- Cámara de Comercio.
- Fundación del Olivar.
- Federación de Municipios del Olivo.
- Universidad de Jaén.

Y en el marco de:
- El Programa de Promoción y Venta del Aceite de Oliva Virgen Extra.
- El Programa Andaluz para el Fomento y Desarrollo del Olivar.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Objetivo:
- Promocionar y aumentar la venta del aceite de oliva virgen extra.
- Mejorar la formación lingüística en inglés, la cualificación y desarrollo profesional.

Fuentes de los anteriores datos:
- Hacienda (Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales) y Cámara de Comercio.
- Página web: www.camaras.org / www.plancameral.org

Según estos datos, la exportación de aceite de oliva con destino Reino Unido ha disminuido, aumentando el número de operaciones. Y sólo cuatro empresas durante el año 2006 han realizado operaciones de exportación con destino Reino Unido y con origen JAÉN. El objetivo o finalidad de mi idea es cambiar esta realidad, es decir, aumentar la exportación de aceite de oliva con destino a Reino Unido y el número de empresas exportadoras del mismo. Propongo como plan de trabajo:
- Formación lingüística en NTICS: internet, conceptos básicos: herramientas: Comunicación TCP/IP: El correo electrónico: Chat y foros: La web: Navegación y búsqueda: E-bussines y E-comerce.
- Estrategia o programa de Marketing Mix.

Pinmar S.L.

Pilar Cabrera León
Inmaculada Barriga Gámez
Manuela Álvarez Romero
Rafaela Rey García

23264 Chiclana de Segura (Jaén)
Tlf. 651 46 11 33
E-mail: pilarcaberal@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Hemos optado por la forma jurídica de S.L. porque la responsabilidad se encuentra limitada al capital social y cuyo presupuesto mínimo es de 3.005,06 ya que somos una empresa pequeña, con un número reducido de socios. La empresa se situaría en la localidad de Chiclana de Segura, situada estratégicamente entre Jaén y Castilla la Mancha.
Nuestra idea de negocio se basa en la helicicultura, es decir, en la cría y posterior comercialización y distribución en diferentes especies del género Hélix. Este grupo de especies de caracoles tiene gran aceptación gastronómica y en estos momentos se está ampliando a otros sectores comerciales como: medicina, farmacia, cosmética, artesanía.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa se presenta como PINMAR S.L. Granja de caracoles y pretende cubrir un nicho de mercado no cubierto en la zona oriental de Andalucía y zona sur de Castilla la Mancha.
Esta empresa se va a dedicar principalmente a la cría de varias especies de caracol, así como a su distribución a diversos colectivos, como la venta a particulares, mercado de abastos, laboratorios farmacéuticos y cosméticos; empresas alimentarias y artesanales y la hostelería.
Aunque existen dos docenas de caracoles terrestres comestibles, sólo 4 son las más cultivadas para fines gastronómicos en Francia y España.
La idea que se plantea es basar la actividad de la empresa en la venta de ejemplares (Hélix aspersa, Hélix pomatia, Hélix máxima y Achatina fullica) para la alimentación y productos derivados (conchas y otros componentes usados en artesanía y cosmética).

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado al cual va dirigido se encuentra principalmente en la zona oriental de Andalucía, así como el sur de Castilla la Mancha. Las oportunidades existentes son la falta de abastecimiento de este producto, ya que en esta zona hay una arraigada tradición gastronómica y ninguna granja cercana que pueda abastecer durante todo el año la demanda existente.
En un primer momento, el mercado al cual se va a dirigir PINMAR S.L. es el alimentario, incluyendo así mercados de abastos, particulares y hosteleros. Por tanto se contempla la venta al por mayor y al por menor de ejemplares vivos durante la primavera, así como la venta de conservas para abastecer la demanda durante todo el año y la comercialización de huevos para la elaboración de caviar (huevas en salmuera) en la zona oriental de Andalucía y sur de Castilla la Mancha.
De igual forma, se prevé aumentar los campos de distribución a otras empresas que necesitaran productos derivados del caracol en su funcionamiento.
La competencia existente en Andalucía oriental es casi nula, si bien en la zona occidental se ubican mayoristas y distribuidores intermedios (provincias de Sevilla, Córdoba, Huelva y Cádiz). En cuanto a las importaciones, éstas se realizan desde países como Marruecos, Francia, Indonesia, Polonia, Chile o Argentina.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El proyecto tiene un marcado carácter innovador porque se garantiza el abastecimiento durante todo el año y la calidad de sus productos, especialmente en cuanto a la elaboración propia de las conservas, con recetas caseras tradicionales y típicas de la zona en la que se ubica la empresa, a lo que hay que añadir la programación de excursiones escolares para que los niños disfruten conociendo al caracol en su hábitat natural.
También se contempla la realización de visitas programadas para adultos con degustación de nuestros productos, así como la cría de especies endémicas y en peligro de extinción para su posterior repoblación.

Plan de ahorro ecológico empresarial

Mª Teresa Rodríguez García
José Luis Molina Sánchez

c/ Menendez Pidal, nº 7- 2 izquierda.
23740 Andújar (Jaén).
Tlf. 647 396 / 655 764 252
E-mail: maiteshup@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de nuestra empresa es la gestión ambiental de las empresas. Es decir, una empresa que ayude y prometa un ahorro de energía, instalación y mantenimiento de todas las mejoras necesarias para ese ahorro e inversión en energías renovables. Para muchas empresas, la diferencia entre lograr un ahorro de energía o no puede ser el motivo de que ésta no pueda competir adecuadamente en costos con otras del mercado.
Las medianas y pequeñas empresas se dedican a realizar su función específica y, o no poseen los conocimientos necesarios para conseguir un efectivo ahorro de energía o bien, a corto plazo, podrían obtener tantos gastos que podrían terminar en bancarrota. Pensamos que la empresa debe dedicarse a su función dentro de la sociedad y deberían delegar esas mejoras de energía a una empresa que se dedicara a: estudiar el plan de ahorro de energía de esa empresa en particular, gestionar y controlar las obras necesarias para llevarla dichas mejoras a cabo, dedicarse al mantenimiento de las instalaciones u obras y ofrecer la posibilidad de pagarlo cómodamente.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

1.- Estudiar medidas específicas para cada empresa para lograr un eficaz ahorro de energía. 2.-Gestionar dichas instalaciones, ya que se necesitarán fontaneros, electricistas, etc. También es imprescindible controlar los materiales usados y que las instalaciones cumplen las leyes que las regulan. 3.- Si con terminar la instalación se considera el trabajo cumplido, cometeríamos un grave error. Un buen mantenimiento ahorrará mucho dinero a nuestros clientes. 4.- Para una empresa es muy importante el cuándo debe pagarlo, pues si todas las mejoras tuvieran que ser en corto espacio de tiempo, la empresa podría desaparecer. También ofreceríamos información sobre las ayudas y nos encargaríamos de los tramites para tramitarlas. 5.- La creación de un servicio de trasporte, que ayude al medio ambiente, llamado Ecotaxi, mediante el cual, de una forma sencilla (pagina web) se fomentaría el compartir vehículo para el trayecto al trabajo.

3 Mercado: clientes y competencia

La innovación que nuestra empresa aporta en el mercado es las comodidades que aportamos a nuestros clientes. Además somos una empresa que nos encargamos, sobretodo, de ahorrarle energía y, por tanto, ahorrarle dinero. Y sobre todo la creación de lo que hemos llamado Ecotaxi, que consiste en:

- Una página web en la que podrán solicitar dónde y a qué hora deberá recogerle el coche mediante el pago de una pequeña cantidad (para evitar que la gente reserve su plaza y no acuda).
- Los conductores tendrán el planing de los viajes a realizar y se le aportará el itinerario para el gasto mínimo.
- Los coches tendrán 7 plazas (y a poder ser híbridos), un número suficiente para ahorrar el máximo de coches que circulan y que permita ahorrar tiempo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- El Ecotaxi recogería al cliente donde necesitara y, al poder reservarlo con tiempo, se favorecería la posibilidad de poder hacer un itinerario para gastar el mínimo de combustible.
- Se podrá reservar desde cualquier lugar al poder hacerse por internet y se podrá elegir la hora de recogida y de llegada y viceversa, recibiendo un error de 10 minutos como máximo.
- Te recoge en el lugar que se desee, evitando el desplazamiento del cliente, lo cual es muy cómodo y además favorecería el transporte de personas con problemas de movilidad, ya fueran temporales o crónicos.
- Al elegir personas cercanas entre sí, no habría problemas a la hora de llegar tarde, ya que no hay paradas prefijadas.
- Permitiría el transporte de varias personas a la vez, lo cual abarataría el gasto de cada uno.
- Al ser una tarifa constante se podrán ofrecer facilidades de pago.
- Se reduciría el estrés en los conductores al no sufrir el problema de los atascos.

Planta de producción semicontinua de biodiésel

Mª Francisca Ruz Ruiz

c/ San Basilio nº 10-D, 1º 2.
14004 Córdoba.
Tlf. 667 817 425
E-mail: mfruz@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio surge a través de la necesidad que se presenta en los próximos años y actualmente de cumplir los retos de producción y consumo de biodiésel en Europa y, por lo tanto, en España.
Movida por estas inquietudes, la idea de negocio consiste en la creación de una empresa destinada a la producción de biodiésel a través de un sistema de ingeniería semicontinua diseñado por la propia empresa. Este sistema se basa en un modelo de obtención de biodiésel conocido como la transesterificación en dos etapas.
El sistema de producción utilizado se caracteriza por su perfil innovador (no utilizado en España), su sencillez y su eficacia en relación a la calidad del producto obtenido.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La función principal de la empresa consiste en la producción de biodiésel, lo que conlleva la obtención del subproducto glicerina en una cantidad del 10% del biodiésel producido.
El sistema de producción diseñado es de tipo semicontinuo basado en la transesterificación en dos etapas. Este sistema se aloja principalmente en una nave de proceso. La empresa debe contar también con unos espacios exteriores destinados al almacenamiento de materias primas y productos finales.
La reacción de transesterificación (reacción mediante la que se obtiene biodiésel y glicerina) se realiza dos veces (dos etapas), ambas seguidas de un proceso de centrifugación por diferencia de densidades. El biodiésel obtenido en la segunda etapa está listo para su utilización. En ambos procesos de centrifugación se obtiene subproducto glicerina.
Además, la maquinaria se caracteriza por estar formada por diversos componentes según las necesidades que se plantean en cada etapa.

3 Mercado: clientes y competencia

La crisis del modelo energético vigente, materializado entre otros síntomas en la elevación del precio del petróleo, ha puesto de actualidad el presente y el futuro de los combustibles ecológicos. Se puede decir que la producción de biodiésel conforma una oportunidad interesante, ya que el mercado está en pleno desarrollo, dejando muchas puertas abiertas a la investigación y a la optimización de procesos productivos. En cuanto a los clientes, los principales son, por lo general, las compañías petrolíferas y distribuidoras, además de otros colectivos. El hecho de que las plantas productoras de biodiésel emergentes utilicen tecnologías basadas en la continua renovación, optimización y mejora, hace que la competencia se establezca con un carácter muy dinámico. De este modo, la propuesta realizada se adapta perfectamente a este sistema. No por todo ello puede decirse que el biodiésel sea un producto que no haya formado un mercado más o menos sólido. El uso de biodiésel en automoción está totalmente extendido en Europa desde los últimos 10-12 años. En países como Alemania y Austria hay más de 1.800 gasolineras que incorporan un surtidor de biodiésel (ya sea 100% o mediante una mezcla del 2% al 30% de biodiésel y el resto de gasóleo).

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La gran diferencia frente a los competidores radica en el proceso productivo seleccionado. Con este proceso en dos etapas se consigue un biodiésel apto para su utilización, es decir, que cumple con la EN-14214 (norma del biodiésel) sin tener que pasar por procesos posteriores de refinamiento, tal y como ocurre habitualmente en la mayoría de las industrias de biodiésel.
Otra de las ventajas es la independencia que facilita el hecho de que la maquinaria esté diseñada por la propia empresa, facilitando cualquier cambio en la misma, posibles reparaciones, el planteamiento de una posible ampliación de la producción, etc.
Por último, el modelo automático diseñado permite una menor atención por parte de personal cualificado, lo cual permite una producción continua con menores costes.

Quiero Cultura

Rosa Mª Ruiz Arroyo

c/ La Luna , nº 19 - 2º D.
23009 Jaén.
Tlf. 646 588 512
E-mail: miralarosa@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

El excesivo uso de Internet, videoconsolas, etc. hace que nos olvidemos de juegos propios de nuestra cultura popular andaluza. Juegos como las palmas, el escondite, el pilla-pilla, etc. están quedando en el olvido. Por el motivo citado surge la idea de la empresa "QUIERO CULTURA", que ofrecerá actividades que fomenten el interés hacia la cultura tradicional y popular andaluza y, cómo no, hacia la jiennense.
Esta empresa pretende cubrir un nicho de mercado en centros comerciales ubicados en la ciudad de Jaén. De esta manera, mientras que a las familias se les ofrece la oportunidad de realizar tareas como la compra de manera algo más "tranquila", sus niños/as y jóvenes están aprendiendo de una manera estimulante y enriquecedora. La promoción y comunicación inicial de "QUIERO CULTURA" se realizará mediante páginas web, anuncios en prensa local, cuñas publicitarias en radio y marketing directo (boca a boca). Además, se repartirá propaganda donde se explicarán aspectos como: qué es la empresa, qué servicios oferta y los datos de localización, teléfonos, e-mails de contacto.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

"QUIERO CULTURA" se plantea basar su actividad en los siguientes servicios: 1.- Conocimiento de la cultura popular andaluza como factor de identidad. 2.- Inclusión de la empresa en centros comerciales como resultado de una respuesta a criterios de demanda social, cultural, de mercado y de conciliación de la vida familiar. 3.- Inclusión en la plantilla de trabajadores, a becarios en prácticas de la titulación de magisterio en todas sus especialidades procedentes de la propia Universidad de Jaén, promoviendo la investigación, participación y puesta en práctica de ideas y actividades encaminadas al aprecio y conocimiento de nuestra cultura andaluza. 4.- Empleo y desarrollo por parte del docente de la imaginación, la sensibilidad hacia la cultura andaluza, la capacidad de análisis, síntesis y sentido crítico. 5.- Desarrollo de capacidades de puesta en práctica de conocimientos del docente, así como de la experimentación, autoaprendizaje y transferencia de los conocimientos.

3 Mercado: clientes y competencia

Los tipos de clientes pueden ser:
Clientes particulares: serían los más habituales debido a la gran demanda que genera el ritmo de vida de la sociedad actual que a veces imposibilita la conciliación de ese ritmo con la vida familiar.

La competencia más destacada es:
- Divereduca S.L.
- Ludomac Animación Socio-Cultural
- Animación Infantil Arlequín

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Las ventajas que presenta "QUIERO CULTURA" frente a sus competidores es que se basa en la cultura andaluza para sus actividades, la ubicación de la empresa en centros comerciales y su plantilla, formada por los propios estudiantes procedentes de la Universidad de Jaén. El proyecto tiene un marcado carácter innovador puesto que:
- Fomenta el conocimiento y aprecio de la cultura popular andaluza haciendo hincapié en la jiennense.
- Permite que las personas concilien mejor su vida familiar en actividades de la vida cotidiana como la compra, mientras que sus hijos/as están aprendiendo.
- Fomenta la inclusión profesional de futuros titulados en magisterio de la Universidad de Jaén a través de las prácticas en dicha empresa.

Como valor añadido para el cliente que puede encontrar en esta empresa, a diferencia de otras del sector, es que el cliente aprende significativamente a través del fomento e interés por la cultura popular andaluza.

RAC Centro de español para extranjeros S.L.U.

Rocío Arjona Carpio
Tlf. 627 79 31 54
E-mail: rocio.arjona.carpio@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de crear un Centro de español para extranjeros se debe a que cada día vienen más estudiantes Erasmus a nuestra Universidad y éstos vienen con la necesidad de conocer y aprender nuestra lengua. La mayoría de ellos necesitan clases de español para mejorar el nivel que tienen y algunas cuestiones de pronunciación, gramaticales, ortográficas y léxicas. Por otro lado, en la época de la recolección de la aceituna, y no necesariamente en ésta, vienen muchos inmigrantes con el fin de trabajar en nuestro país. Para ellos también es imprescindible tener unos conocimientos básicos del español. Por último, al mismo pueden venir personas extranjeras que quieran aprender español por gusto desde un punto de vista más cultural.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades que se van a dar en la empresa es la impartición de clases de español para extranjeros. Se enseñará entre los principales conocimientos: pronunciación (fonética), gramática, léxico, conocimiento de cultura general, lectura. Todo esto con el fin de potenciar las cuatro habilidades lingüísticas: hablar, escribir, leer y escuchar. Además, se utilizarán distintas y actuales herramientas como el chat, revistas, periódicos, etc.
Las clases se dividirán en varios grupos. Por un lado, para los estudiantes; por otro, para los trabajadores; por último, para los que quieran conocer el español desde un punto de vista cultural. A su vez estos grupos se subdividen en grupo inicial, medio o avanzado.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que pretendemos abordar es la enseñanza de español para extranjeros en distintas modalidades y niveles, más concretamente en Jaén y provincia.
Esta empresa va dirigida principalmente a estudiantes extranjeros, a trabajadores inmigrantes o personas de distinta procedencia del español y que tengan inquietudes y ganas de aprender esta lengua y su cultura.
Hay distintas competencias que se encargan de impartir clases de español para extranjeros, sobre todo, en la mayoría de los casos van dirigidas a estudiantes. En estos contextos se trata de escuelas de idiomas, academias, etc. Por otro lado, a veces a los inmigrantes les dan clases en algunas organizaciones, como por ejemplo la Cruz Roja. Pero la verdad es que no nos encontramos ningún centro como éste que tenga todo tipo de extranjeros (estudiantes, trabajadores, o con inquietudes socioculturales).

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que se puede aportar es dar, en un mismo centro, clases de español para extranjeros y personas con diferentes intereses, ya que unos van más orientados al estudio y otros al trabajo. A su vez, se subdividen en distintos niveles: inicial, medio y avanzado. Pero, lo más innovador a mi parecer, es que la provincia de Jaén carece de un centro con todas estas características juntas. La mayor ventaja o valor diferencial entre los competidores es que no hay ningún centro que reúna todas las características que el nuestro, es decir, que se imparta español para extranjeros tanto para estudiantes como para trabajadores, además de un reducido precio de las clases.
Otras ventajas que nos encontramos son las siguientes:

- Grupos reducidos
- Facilidad de horarios
- División en grupos (trabajadores, estudiantes, etc) y subgrupos (inicial, medio y avanzado).
- Reparto de material
- Metodología competente y actualizada
- Variedad de herramientas: revistas, periódicos, televisión, ordenadores, chat, etc.
- Mejora de las cuatro habilidades lingüísticas: hablar, escribir, leer y oír
- Trato más cercano con nuestros alumnos

Sepeti

Mercedes Ochando Fresneda

c/ Fuente de la Peña, nº 43, 1º.
23002 Jaén.
Tlf. 953 23 56 76 / 675 37 71 18
E-mail: luna_camela@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de la empresa sería prestar servicios educativos a los trabajadores y trabajadoras de medianas y grandes empresas cuyo nombre sería SEPETI. Nos dedicamos a la custodia y cuidado de sus hijos e hijas mientras ellos y ellas trabajan para que no tengan que preocuparse de con quién o cómo se encuentran, mediante la realización de talleres por las tardes, transporte a sus respectivos colegios (ida y vuelta), y la vigilancia de los niños y niñas mediante cámara Web por la que sus propios progenitores los pueden ver y saber lo que hacen para su tranquilidad. En cada servicio de aula se ofrece por nuestra parte un local acondicionado para las necesidades de los niños y niñas de entre 0 y 12 años.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Aula matinal, en caso de que los trabajadores/as se tengan que incorporar muy temprano por la mañana.
- Transporte para llevar a los niños/as a sus respectivos centros educativos, con acompañantes y a pie en caso de no necesitar transporte.
- Comedor (en los casos en los que no tengan comedor escolar) tanto para los niños/as como para sus progenitores, pues sería uno de los puntos de encuentro donde se juntan padres/madres e hijos/as para pasar un momento familiar para compartir.
- Aula de actividades: Esta aula dispone de cámara web por la que los padres verán a sus hijos/as y estarán mucho más tranquilos, realizarán los niños/as talleres de manualidades (pintura, dibujo, colage, plastilina,…), talleres de reciclaje, aula de apoyo para los niños de primaria y taller de informática.
- Recogida en su domicilio: en el caso de los niños/as que se encuentren enfermos y no se puedan ir al centro escolar, se les recogerá de su domicilio y se llevará al aula de actividades donde se le atenderá debidamente.
- Aula nocturna: para aquellos trabajadores que tengan ambos turno de noche (inventario) o salgan a las 22:00 o más tarde, donde los niños se quedarán mientras los recogen sus progenitores.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que abarca sería a nivel local dentro del sector servicios va dirigido a empresas medianas o grandes donde exista un determinado número de trabajadores/as, tales como grandes almacenes y superficies, hipermercados o supermercados, tiendas de ropa, etc., además de otras empresas públicas con varios trabajadores/as.
Los clientes principales son los hijos/as de trabajadores/as de edades comprendidas entre 0 y 12 años, que corresponden al nivel educativo de Educación Infantil de 1º y 2º ciclo y educación primaria de 1º y 2º ciclo, de la empresa a la que nos dirigimos a ofrecer nuestros servicios.
La competencia a nivel regional sería mayormente referida a algunos servicios que se ofrecen, ya que como una empresa que ofrezca el mismo tipo de servicios hay pocas o ninguna. Dicha competencia sería a la vez una de las amenazas anteriormente citadas, como son los colegios que constan de servicios de aula matinal, comedor o actividades extraescolares, además de los centros culturales que contienen ludotecas y aulas para actividades.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que se aporta es un servicio de atención a los hijos/as de trabajadores/as en la propia empresa donde trabajan sus progenitores, para que así cumplan con más tranquilidad y sin preocupaciones respecto a sus hijos porque tienen más seguridad en que sus hijos/as están bien atendidos y tienen un tiempo para pasarlo con ellos sin desplazarse.
Comodidad: porque no es necesario que los trabajadores se desplacen; Rendimiento: beneficio para el director de la empresa porque sus empleados/as están más contentos y trabajan mejor; Tranquilidad: porque al no tener que preocuparse por sus hijos/as trabajan con más eficacia sabiendo que sus hijos/as están en buenas manos y ellos/as lo pueden verificar; Y Seguridad: porque pueden ver lo que hacen sus hijos/as en cualquier momento por la cámara Web en cualquier ordenador.

Sóleo

José Rufino Cosano Mañas

Tlf. 678 75 52 20
E-mail: ruforuf@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio que pretendo aportar se basaría en tres actividades. Por un lado, la instalación y mantenimiento de placas solares. Por otro, el cultivo del olivo y, por último, la recogida de leña y deshechos del olivo para la producción de carbón.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Esta idea de empresa pretende dar servicio a otras empresas o particulares que pretendan instalar placas solares fotovoltaicas, a la vez que puede implantarlas la misma empresa por su propia iniciativa y para su propio beneficio, además de ocuparse del mantenimiento que requieran.
Debido a la energía que genera la instalación de estas placas, sea para vender a la red eléctrica o para autoabastecerse, y a los beneficios fiscales otorgados por el gobierno y algunos ayuntamientos, es una suculenta inversión que se amortiza en un plazo de entre 12 y 17 años. Aunque ya existen empresas dedicadas a este sector en nuestra provincia, podríamos decir que aún no hay aquí suficiente competencia y que las posibilidades de la energía solar en nuestra provincia aún son desaprovechadas…
Por otra parte está la oleicultura, el pilar básico de nuestra economía y una actividad muy extensa en la que se necesitan muchas personas. Es, a la vez, un terreno cercano y conocido, en el que sería fácil de erigir esta empresa.
Por último, la recogida de leña y producción de carbón y picón para el consumo pretende ser la actividad que acabe de complementar esta idea. Esta tarea era realizada hasta ahora por carboneros locales, que se ocupaban en familia de producir carbón y picón a partir de la poda del olivo y del orujo procedente de la extracción del aceite, pero, dado el abandono del negocio familiar por parte de los hijos, muchos hornos, aunque aún productivos, están siendo abandonados, hornos en los que se puede invertir para ser abarcados por esta empresa, que continuaría con esta tarea, para vender leña y carbón (o denominado de una forma más actual, biomasa) tanto a particulares como a mayoristas.

3 Mercado: clientes y competencia

Ahora bien, ¿cómo conjugar esos tres campos de acción? Se trata de conseguir la ocupación del trabajador durante todo el año. La mayoría de empleados, salvo algunos pocos que tengan tareas fijas durante todo el año (contables, jefes, u otros dedicados por entero al olivo, al carbón, o a la proyección de instalaciones fotovoltaicas) trabajarían según la época del año repartiéndose las tres actividades, estando ocupados entre noviembre y marzo aproximadamente, en la campaña de la aceituna (salvo los días de lluvia, que se dedicarían al mantenimiento de las instalaciones y herramientas o a otras tareas eventuales de los otros dos campos de acción). Posteriormente, la mayoría de éstos se ocuparán de la instalación de placas, mientras algunos seguirán inmersos en la poda del olivo, en la producción de carbón, en la cura del olivo, en el mantenimiento de riegos…, de tal forma que en temporadas en que a estos últimos les mengüe el trabajo, se unan a los demás en la instalación de placas fotovoltaicas, y así seguiría el reparto de actividades, dependiendo de la temporalidad, hasta llegar la campaña de aceituna del siguiente año.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Para concluir, debo recalcar que la ventaja de esta empresa sobre otra perteneciente a cualquiera de los sectores de los que ésta se ocupa reside en la facilidad de inmersión en estos sectores, pero, ante todo, en un modelo de complementariedad entre actividades que aprovecha la mano de obra y la hace productiva a la vez que se sostiene sobre la estabilidad de la actividad agrícola y sobre la pujanza de la energía solar en zonas rurales en las que aún está por llegar.

Soluciones Integrales RFID

Julio Sáez Barragán

c/Ermita, 3.
23200 La Carolina (Jaén).
Tlf. 658 078 136 / 953 660 392
E-mail: j.saezb@gmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

¿Colas interminables de gente que no avanza en los supermercados? ¿Productos que caducan y no sabes dónde están? ¿Productos que olvidas su ubicación? ¿Hay que contabilizar todo el material?. Con la ayuda de la tecnología RFID se pueden solucionar estos y otros problemas muy incómodos para cualquier empresario, así como para los operarios e, incluso, para los clientes. La tecnología RFID es una tecnología incipiente que consiste en la lectura, a través de un detector de radiofrecuencias, de unas etiquetas electrónicas o tags situadas en los productos.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa como tal se encargaría de la proyección, implantación, mantenimiento y servicio técnico de la tecnología RFID en industrias de fabricación, distribución y servicios. Se ofrecería:

- Estudio de la viabilidad de implantación e integración de la tecnología en el ámbito de la empresa demandante.
- Planificación y proyección de integración de la tecnología.
- Ejecución y puesta en marcha.
- Seguimiento y comprobación.
- Mantenimiento y servicio técnico.

3 Mercado: clientes y competencia

La tecnología RFID tiene utilidad y aplicación en todos los sectores mercantiles. Aplicaciones: 1.- Control de accesos. 2.- Control de activos: gestión de almacén, obras de arte, etc. 3.- Animales: tracking ganado, mascotas, etc. 4.- Aeropuertos: seguimiento de equipajes. 5.- Farmacias: control de productos farmacéuticos. 6.- Bibliotecas: gestión bibliotecaria. 6.- Hospitales: identificación de pacientes, tratamiento, personal hospitalario y medicamentos.
El presente negocio estará dirigido a empresas distribuidoras, almacenes y grandes superficies, pero sería bueno empezar por el sector de la producción ya que se implantaría el “chip” desde el inicio, abarataría costes, estandarizaría el método de identificación y control y habría un beneficio desde la producción. Por ello pensamos que como primera implantación sería bueno elegir almacenes autosuficientes como IKEA, Leroy Merlin,… que venden sus propios productos.
Como competencia encontramos el código de barras y datamatrix.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La utilización de la tecnología RFID es en sí una innovación tecnológica que permitirá, de una forma flexible, la automatización de diversas actividades relacionadas con el trabajo diario en los distintos sectores, mayor rapidez y organización en los procesos, así como un abaratamiento de los costes una vez implantada. Rentabilidad a corto y medio plazo por:

- La liberación de recursos, ganando tesorería.
- Dejar de hacer trabajos que no aportan valor (apuntar datos, contabilizar, marcar referencias,…).
- Aumento de productividad al dejar de hacer trabajos sin aporte real para el producto.
- Aumento de las ventas por un aprovisionamiento preciso.
- Información detallada y precisa en tiempo real
- Reduce problemas de inventario.
- Mejora la visibilidad de los artículos en las diferentes fases de la cadena de suministro.
- Comprueba que los diferentes dispositivos anti-falsificaciones, de protección de marca y antirrobo funcionan correctamente.

Si comparamos RFID con las demás tecnologías existentes (código de barras, OCR, Voip, Biometría, Smart Card, Datamatrix) el RFID enfrenta mejor todas las situaciones involucradas con el contacto que se manifiestan a través de los riesgos por sabotaje, suciedad, unidireccionalidad, tiene la máxima distancia de lectura, no influye cobertura, etc.

Transformación energética

Carlos Franco García

c/ Nuevas Poblaciones, nº 4.
23210 Guarromán (Jaén)
Tlf. 662 054 758
E-mail: poden_20@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi idea de negocio consistía en recoger los restos de poda del olivar y llevarlo a las almazaras más cercanas con la idea de que, en vez de quemar los restos de poda en el campo y desaprovechar la energía calorífica resultante y contaminar la atmósfera, fueran quemados en las almazaras y que, con el calor resultante, se usara para generar energía calorífica capaz de abastecer de agua caliente sanitaria a los municipios más cercanos. La combustión de este residuo orgánico sería, como he dicho anteriormente, en almazaras, pero sólo en aquellas que generasen un mayor número de litros de aceite, para no tener pérdidas considerables debido a la dispersión de las almazaras.
Sólo tendríamos que estudiar aquellos municipios que tengan almazaras que produzcan una cantidad de litros de aceite y lleven una administración de sus cuentas correcta y no haya vacíos de responsabilidades en caso de quiebra o cualquier circunstancia desafortunada.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El producto final sería una energía, o más bien un medio para calentar agua y usarla para calefacción, etc.
La energía calorífica resultante de nuestra poda sería conducida por conductos y ser la responsable de calentar agua para uso doméstico, ya sea para ducharse u otro fin relacionado con la higiene de las personas.
El otro empleo principal que tendría esta energía calorífica sería la de calentar agua para usarla en calefacción. En lugar de utilizar una caldera que es suministrada por gasóleo u otro combustible no renovable, utilizaríamos esta energía para calentar el agua y usarla para los radiadores de una vivienda.
Los beneficiarios serían aquellos municipios cercanos a las almazaras productoras y supondría un gran ahorro energético para nuestra comunidad.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado sería principalmente el regional (Andalucía) y, sólo en caso de disponer de una producción energética que suministrara con total eficiencia la demanda energética de Andalucía, podríamos exportarla a otras comunidades.
La competencia no sería muy reñida, pues en Jaén disponemos de la mayor parte de cultivo de olivo de España. Andalucía sería un valor al alza y subiríamos un peldaño en nuestro desarrollo europeo y nacional. Por desgracia, Andalucía está a la cola del desarrollo e investigación de España, y la evolución en el campo energético nos convertiría en una de las grandes bazas de España en la Unión Europea.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación sería que produciríamos muchos puestos de trabajo, tanto temporales como fijos. Temporales en la recolección de poda, en la que podríamos incluir no sólo poda de olivar, sino la poda de cualquier tipo de vegetal; y fijos en el sentido de que hay que tener personas que mantengan nuestra planta energética.
Será una inyección económica para regiones como Jaén, donde el cultivo del olivar es muy importante en su economía. Además, las subvenciones de la UE para el cultivo del olivar desaparecerán en 2012, ocasionando pérdidas y el abandono de muchos agricultores por el cultivo del olivar.
Intentando ayudar a mi comunidad y no perder lo que tenemos, mi idea lo único que persigue es mejorar el medio ambiente, aprovechando lo que tenemos y no seguir maltratando nuestro medio ambiente, que tan denostado está en estos días.

T-reciclo

Candela Fuentes Merino

C/ Soledad nº 3.
Andújar (Jaén)
Tlf. 637 842 257
E-mail: candefm@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Debido a los crecientes problemas ambientales, como el cambio climático, desertización, agotamiento de recursos, etc, existe un aumento de las campañas y acciones destinadas a concienciar y sensibilizar a los habitantes en materia de medio ambiente con el fin de educarlos ambientalmente hablando y reducir así nuestros desperdicios, reutilizarlos o reciclarlos en la manera de lo posible.
Es por esto que, actualmente, es habitual encontrar en nuestras calles contenedores que facilitan esta tarea, sobre todo los destinados al reciclaje de vidrio, papel y cartón y envases. Sin embargo, muchos de nuestros desperdicios no encajan siempre dentro de esta clasificación debido a que nos desprendemos de residuos cuyo reciclaje es mucho más difícil pero a la vez mucho más importante.
En estos casos, la persona no sabe a dónde dirigirse para eliminar o reciclar dicho residuo cuando sea posible o bien no dispone de tiempo ni ganas de hacerlo, con lo cual se acaba haciendo una mala gestión de él.
Mi idea surge para evitar esta situación: evitar la mala gestión de nuestros residuos. Consiste en un “RECICLAJE A DOMICILIO”.
El servicio que prestamos se basa en la recogida y separación de los diferentes residuos para su posterior reciclaje, incluyendo aquellos destinados al punto limpio y otros de difícil gestión como aceites y tóxicos.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El servicio que aporta la empresa se resume en un nombre “Reciclaje a domicilio”. Consiste en la recogida de residuos que previamente serán depositados por los clientes en unos contenedores especiales donde podrán mezclarse cualquier tipo de restos salvo los orgánicos. El equipo recolector, una vez lleno dicho contenedor, pasará a recoger los residuos para su posterior separación y gestión.

3 Mercado: clientes y competencia

Los clientes a los que mi empresa pretende llegar son, sobre todo, gente sensibilizada con el medio ambiente y los problemas de éste, normalmente personas de mediana edad de un nivel social medio.
Uno de nuestros principales objetivos es captar a comunidades completas de vecinos de manera que la recogida se pueda hacer de forma común, facilitando nuestra tarea y consiguiendo un servicio más rentable para nuestros clientes y nosotros mismos.
El tipo de actividad que pretendo desarrollar no tiene competencia en el mercado al que me dirijo. Sin embargo, es importante destacar que esta tarea es sencilla y está al alcance de todos los habitantes, por lo que puede existir un riesgo claro para mi empresa.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

A diferencia de otras empresas de actividad parecida que actualmente se encuentran establecidas en el norte del país, mi empresa no precisa que el cliente realice la separación en su hogar. Nosotros recogemos los residuos en un único contenedor donde podrán mezclarse desperdicios de distintos tipos como vidrios, papel, envases… Nosotros, el equipo, seremos los encargados de recogerlo y separarlo cuando sea preciso.

Tu cine en casa S.L.

Antonio Vicente Medina Viruel

c/ Antonio José de la Chica, 10
23620 Mengíbar (Jaén)
Tlf: 953 370 535 / Fax 625 534 266
E-mail: antonio_vmv@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi idea de negocio, se denomina "Tu Cine en Casa" y consiste en la creación de una empresa que se engloba dentro del sector terciario. En concreto, en la prestación de servicios enfocados al ocio tales como video club, pizzería-hamburguesería, golosinas, pastelería, cafetería, bebidas, etc. con la particularidad de servirlo todo en un lote a domicilio. Nuestra misión sería la de aglutinar diferentes servicios para disfrute y comodidad de nuestros clientes, creando así para éstos un producto/servicio con un valor añadido superior a los que pueden prestar las empresas de la competencia por separado.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

1. Compras y almacenamiento de los productos necesarios para elaborar los productos y servicios que la empresa presta.
2. Elaboración de menús, packs, lotes: dependiendo del pedido del cliente, con productos de primera calidad.
3. Reparto a domicilio: nuestro servicio de reparto hará llegar el pedido hasta el domicilio acordado con el cliente.
4. Recogida de la película entregada anteriormente. Por norma general, la película será recogida antes de las 48 horas siguientes a su entrega. La hora de recogida será acordada con el cliente a su entrega.
5. Servicio post-venta: Consistirá en la entrega de un cuestionario junto con el pedido que será recogido junto a la película a la hora acordada con el cliente, donde el cliente nos informará de su grado de conformidad con el servicio prestado.

3 Mercado: clientes y competencia

El tipo de cliente a los que nos dirigiríamos sería muy variado, con un amplio margen de edad. Podríamos señalar de 20 a 55 años aproximadamente y con un nivel adquisitivo medio y medio-alto.
Al igual que en las oportunidades que presenta el mercado, para estudiar la competencia existente tenemos que diferenciar entre el mercado cinematográfico, el mercado hostelero y el nuevo mercado donde nos situaríamos, resultante de la intersección de ambos mercados:

- En el mercado de ocio cinematográfico
- El mercado hostelero

En el mercado resultante de la intersección de los dos mercados anteriormente mencionados, sería dónde la empresa ejercería su actividad comercial.
También interesa reseñar la posibilidad de que en un breve espacio de tiempo pueden aparecer nuevos competidores en el mercado. En este caso, mi empresa tendría una ventaja competitiva basada en la imagen de la marca y en la experiencia adquirida al ser la primera empresa en actuar en este mercado.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Innovación que se aporta

La posibilidad de servir en un solo acto todo lo necesario para disfrutar del cine en su propio hogar.

Valor añadido para el cliente

La posibilidad de adquirir todos los productos que normalmente son necesarios para disfrutar de una buena película.

Ventaja de la empresa frente a sus competidores

La principal ventaja que tendría mi empresa frente a sus competidores sería que en la actualidad, aún existiendo empresas que se dedican al alquiler de películas y otras empresas que se dedican a la elaboración de comida rápida y reparto de ésta a domicilio, no existe ninguna empresa dedicada a servir estos productos y servicios de forma conjunta.
Tu cine en casa S.L. ofrece mayor comodidad a los clientes, al no tener éstos que dirigirse a varios establecimientos para adquirir los productos necesarios para disfrutar de una película en casa por separado. Solamente contactando con Tu cine en casa, S.L., el cliente puede disponer de la película, la comida, la bebida, aperitivos, … que considere oportunos, sin la molestia que le supondría dirigirse a varios establecimientos para adquirirlos.

Turismo para todos

Rosa González González

Avda. Constitución nº 29.
23.400 Úbeda (Jaén).
Tlf. 664 352 436
E-mail: rosa_126hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Mi proyecto de basa fundamentalmente en el derecho de toda persona a poder disfrutar de su tiempo de ocio a través de la realización de turismo. Sin embargo no todas las personas tienen esta posibilidad ya que, si se cuenta con alguna discapacidad, se disminuye en gran medida la oferta de este sector.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Es por ello por lo que propongo la creación de una empresa de servicios turísticos en la que, al menos, una parte de sus guías turísticos, así como evidentemente su personal administrativo, tengan conocimiento del lenguaje de signos. De este modo, una persona sordo-muda podrá acudir a la empresa donde, sin necesidad de ningún intermediario, podrá solicitar información y, en el caso de que sea de su agrado, realizar una visita por la ciudad acompañada por un/a guía turístico/a que en lenguaje de signos, le vaya explicando aquellos lugares de interés. También en nuestra oficina se prestará servicio de información acerca de la ciudad en lenguaje de signos.

Otra actividad que desarrollaría nuestra empresa sería la adaptación de los folletos informativos a braille, de forma que aunque el turista invidente no pueda apreciar con su vista los lugares pueda, al menos, contar con información en papel que posteriormente pueda utilizar al igual que cualquier otra persona.

Por otro lado como actividad totalmente diferente, ofreceremos poder participar en la recogida de aceituna. El objetivo de esta actividad es sumergir al turista por completo en esta actividad tan representativa de nuestra provincia.

La actividad consistiría en una excursión a una zona de olivos en los que los turistas, previamente ataviados con la ropa pertinente, y tras recibir las explicaciones necesarias, procederán a la recogida de la aceituna.

3 Mercado: clientes y competencia

Por un lado, las visitas guiadas irían destinadas a clientes que, como hemos comentado anteriormente, cuentan con una discapacidad auditiva, así como también dificultades en el habla (mudo), al igual que a cualquier otra persona que no se encuentre afectada por ello.

En cuanto a la adaptación de folletos al lenguaje braille, como es evidente, iría destinado a personas invidentes que deseen realizar turismo y quieran estar informados de diferentes aspectos de la ciudad.

La recogida de aceituna estaría principalmente destinada a turistas extranjeros que quieran conocer de una forma más activa y participativa la recogida de la aceituna. Sería principalmente turistas extranjeros ya que los propios jiennenses participan de forma (se podría decir que “obligada”) en esta labor, y no lo concebirían como una escapada de ocio.

Esta idea es innovadora ya que es prácticamente inexistente este servicio en muchos de los grandes destinos turísticos españoles. Por ejemplo esta empresa la ubicaría en Úbeda puesto que no existen competidores en lo que a visitas guiadas adaptadas se refiere, existiendo lógicamente empresas que se dedican a prestar el servicio de guías de la forma tradicional. Si hablamos de la adaptación de folletos a braille y la experiencia en recogida de aceituna, el tema de competidores sería nulo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Mediante estas actividades se favorece la libertad e independencia de las personas discapacitadas que, lamentablemente, en muchos casos la sociedad las hace extremadamente dependientes. El que estas personas vean que cuentan con unos servicios especialmente adaptados a sus necesidades supone un reconocimiento hacia ellos, sintiéndose más integrados.

v2 - Aceite de oliva

Carlos Castilla Ruiz

c/Mesa nº 6, 2º L.
23001 Jaén
Tlf. 953 237 037
E-mail: carloscastillaruiz@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

Crear una empresa envasadora y exportadora de aceite de oliva de distintas calidades que proyectara una imagen nueva en el mundo del aceite de oliva en España y, sobre todo, en el exterior.
Una empresa que, mediante la compra del aceite a las cooperativas de la provincia, sin que estás vieran arriesgadas su ventas, pueda establecer un comercio relativamente continuo con países europeos que quieran introducir el aceite de oliva como una alternativa más saludable a la de otros aceites tales como la mantequilla o aceite de girasol.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Su principal actividad sería la de comprar a distintas cooperativas de Jaén aceite de oliva de calidad y el posterior envasado del mismo con una nueva marca, la cual se llamaría “v2 - Aceite de oliva”, manteniendo siempre la denominación de origen del producto.
Sus productos serían variados y lo más innovadores posibles dentro del mercado del aceite de oliva, produciéndose así una marca diferenciada de las demás al ofrecer el mismo producto pero de una manera distinta. Es decir, ofreciéndolo en unos nuevos envases adecuados a un mercado complejo como es el extranjero.
Todo esto tendría, como herramienta clave de ventas, una página web para que los clientes puedan realizar pedidos cómodamente desde su casa o trabajo.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abarcar en un principio es el europeo.
Las oportunidades que representa este mercado están muy claras: hay muy pocas empresas españolas que importen este producto a estos países y muchas de ellas suelen ser extranjeras.
En España está claro que la entrada sería mucho más difícil puesto que el uso de aceite de oliva está más extendido y hay marcas muy fuertes como Carbonell o las propias de los supermercados, las cuales para sustituirlas habría que igualar precios, cosa que al principio resultaría muy complicado.
Clientes potenciales serían: grandes almacenes o supermercados, empresas de catering, restaurantes de todo tipo, bares y cafeterías y hoteles.
La competencia existente en el tipo de productos “dúo” de aceite en la actualidad es nula y entre las que exportan aceite de oliva al extranjero podríamos citar a Carbonell y ArteOliva.
Hay que tener en cuenta que seguramente pasado un tiempo salgan productos parecidos pero con contratos adecuados, patentes y la constante búsqueda de nuevos clientes donde quieran que se encuentren, la empresa puede resultar viable.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Llegar a países que, aún conociendo un poco el aceite, no han llegado a apreciarlo. Esto se realizaría mediante un marketing basado en la búsqueda directa de compradores a través de internet. Además de todo eso, habría que dar un signo característico a la marca, utilizando envases totalmente cilíndricos. También produciríamos formatos más orientados a restaurantes, como son los envases mono dosis. Existirían dos formatos, uno orientado al desayuno y otro a las ensaladas: 1.- Desayuno: Aceite virgen extra y miel, separados por dentro del cilindro, y otro compuesto de aceite y mermelada líquida. 2.- En el caso de ensaladas, el dúo se podría combinar con diversos vinagres tales como balsámicos, el de manzana común o con emulsiones balsámicas de vino.
Valor añadido para el cliente: 1.- El mejor aceite de oliva del mundo el cual se encuentra en nuestra provincia. 2.- Envases duales perfectos para usar y tirar. 3.- Precios adecuados a la calidad y al precio de coste unitario. 4.-Un diseño innovador que se diferenciaría de los demás.

Vista Móvil

María Dolores González Serrano

Calerin Alto nº 25.
23700 Linares (Jaén).
Tlf. 666 313 501
E-mail: mariagdos@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio que se va a presentar en este documento es una empresa que se englobaría dentro del sector servicios, cuya actividad estaría dentro del campo de la informática y electrónica.
El nombre de empresa seria: VISTA MÓVIL y se va a ubicar en la provincia de Jaén.
A groso modo diremos que la actividad de la empresa consistirá en la instalación, en domicilios particulares, de un sistema de Audio-Video-Vigilancia que se podrá controlar desde un teléfono móvil de forma sencilla, eficaz, rápida y, sobre todo, económica.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La idea empresarial es la de suministro de un servicio de Audio-Video-Vigilancia rápido y sencillo que a continuación se describe detalladamente:
En el domicilio, junto al teléfono fijo, se colocará un terminal fabricado por VISTA MÓVIL al que irán conectadas todas las cámaras webs instaladas en la casa. Al realizar la llamada desde el teléfono móvil y no obteniendo respuesta, el terminal VISTA MÓVIL activará las cámaras webs. En la pantalla del teléfono móvil aparecerá un listado de las habitaciones, a las que el usuario accederá en la pantalla de su móvil, pudiendo comunicarse, también, si así lo desea.
Los requisitos indispensables para poder prestar este servicio serían disponer de: 1.- Dispositivo VISTA MÓVIL. 2.- Telefonía fija con conexión a internet. 3.- Telefonía móvil con conexión a internet

Telefonía fija y conexión a Internet

La empresa servidora de estos servicios podrá ser cualquiera que las que ahora mismo están disponibles en el mercado. Si el cliente es usuario de alguna en concreto, no es necesario realizar ningún cambio de compañía.

Telefonía móvil

Al igual que ocurriera en el caso anterior, si el usuario ya es cliente de telefonía móvil no es necesario cambio de compañía.

3 Mercado: clientes y competencia

Cualquier tipo de familia o negocio sin excepción.

Valor añadido para el cliente

En la actualidad, prácticamente toda la población dispone de un teléfono móvil, producto de uso diario y masivamente utilizado.
Normalmente, las nuevas tecnologías son utilizadas por la población más joven o bien por aquellos que, por motivos, de trabajo necesitan recurrir diariamente a los mismos. Sin embargo, existe un sector de la población, concretamente las personas de avanzada edad que se autoexcluyen de su uso debido a la aparente dificultad que presentan, así como a la escasez de conocimientos sobre la materia. Con este servicio, estos falsos mitos desaparecerán, ya que sólo será necesario disponer de un teléfono móvil para observar lo sucede en nuestra vivienda y lo que le sucede a nuestros seres más queridos en nuestra ausencia.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Las innovaciones que aportan nuestro servicio son numerosas. Entre todas ellas, las más destacadas son:

- Sencillez: simplemente realizar una llamada.
- Economía: las llamadas desde un teléfono móvil a un teléfono fijo tienen la misma tarifa en todo el territorio nacional. Por otra parte las tarifas planas de internet no tienen límite de tiempo, por tanto la visualización puede ser continua.
- Y sobre todo, total accesibilidad: nuestro servicio permite visualizar desde el móvil lo que ocurre en todos los espacios de nuestro hogar y las personas que en él se encuentren sin la necesidad de estar presente, independientemente del lugar y hora.

Web de turismo basada en el vídeo

Tomás Manzano Lara

San Isidro 24.
14650 Córdoba.
Tlf. 617 912 227
E-mail: tomasm86@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio consiste en crear una página web turística a nivel nacional. En ella, el usuario podrá encontrar tanto información sobre cada una de las ciudades y pueblos de España como información útil sobre dónde alojarse, cómo llegar, oficinas de información turística de la localidad, restaurantes, zonas de copas, el tiempo, fiestas, eventos, etc.
También incluiría unos apartados en los que el usuario pudiera encontrar mapas y callejeros, podcast explicativos de los monumentos y zonas turísticas para descargárselos y escucharlos en su mp3 cuando visitara el lugar, noticias sobre el sector turístico y un apartado donde se reflejara la cultura de España, incluyendo fechas de espectáculos, teatros y conciertos. También incluiría una zona de imágenes con las mejores instantáneas de cada una de las ciudades y pueblos de la geografía española.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades a las que se dedicará la web, a parte de suministrar multitud de información turística al interesado, será la posibilidad de reservar desde la web el alojamiento, reserva de restaurantes, compra de entradas de monumentos y ofrecer la posibilidad de anunciarse en sus respectivas ciudades o a modo de patrocinador de secciones a los empresarios del turismo como hoteles, restaurantes o agencias de viajes.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar es, mayoritariamente, el mercado español: el turismo interior de España, sin descartar el turismo extranjero. Cada día son más las personas que confeccionan sus viajes y vacaciones desde internet, buscan información del lugar, posibles lugares de alojamiento, oportunidades de ocio… Son muchas ya las empresas que se dedican a ofrecer estos servicios por internet y es el futuro. Esta web agruparía todos estos servicios que el cliente exige con la oportunidad de encontrar todos estos servicios en un mismo lugar, sin necesidad de cambiar de página web.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que ofrece esta web es la de ofrecer al usuario mucha de esta información a base de videos. Se ofrecerán videos de los monumentos que desea visitar, de los hoteles donde quiere alojarse, restaurantes, pubs, etc. Para así poder hacerse una idea mucho mejor del lugar que va a visitar, dónde va a alojarse o dónde desea comer. La idea de ofrecer toda esta información en video es mucho mejor e innovadora que hacerlo mediante fotografías, las cuales pueden llegar a ser en ocasiones engañosas y no mostrar la globalidad del lugar en cuestión.
El cliente podrá organizar su viaje por completo desde nuestra web sin necesidad de contratar una cosa en un sitio y otra en otro. Sin llegar a ser una agencia de viajes online, pondremos al usuario a disposición de las empresas que sí lo sean para que éste pueda tanto hacer las reservas de hoteles como cualquier otra cosa. El usuario que esté interesado en viajar a un determinado lugar de España podrá ver el lugar en cuestión mediante videos que ofreceremos de los lugares de interés y los rincones más bonitos de su destino, además de ofrecer videos de los hoteles donde se alojará.

Wikigalo.com

José Antonio Cuenca Caño
Javier Alba Guerrero

23000 Jaén
Tlf. 660 038 490 / 678 580 321
Web: www.wikigalo.com
E-mail: jacc0012@estudiante.ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Una pagina de búsqueda de regalos personalizada. Un buscador que, a partir de patrones como el sexo, la edad, la situación geográfica y algún conocimiento mínimo de la persona a la que se le va ha hacer el regalo, ya sea el gusto sobre la lectura, música o decoración, la página mostrará los regalos que más éxito han tenido para gente que cumpla dichos parámetros. Conforme más usuarios busquen en nuestra página, más fiable serán los resultados mostrados.
Nuestra página ofrece la información necesaria para que el posible comprador no tenga que desplazarse de un lugar a otro encontrando el regalo, ya sea por falta de tiempo o por cualquier otro motivo, no pueda o le resulte una tarea muy tediosa.
También ofrece la posibilidad de obtener la información necesaria para que el usuario sepa en todo momento dónde localizar el regalo (el más cercano a donde se encuentre) y al precio más asequible.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Nuestra idea es la de centrarnos en una determinada gama de productos que sean de fácil adquisición por nuestros posibles usuarios y dentro de un límite de cantidad que podamos controlar, ya que hay determinados productos que no consideraremos como regalos. Así pues los artículos que finalmente decidimos que nuestra página va abarcar son:

- Literatura.
- Juguetes.
- CD/DVD (Música/Películas).
- Electrónica
- Decoración.
- Informática.
- Artículos para mayores de 18 años.

3 Mercado: clientes y competencia

Existen dos tipos de clientes: los usuarios que navegan por internet y las empresas existentes principalmente en Jaén y, en un futuro, en el resto de España.
Los usuarios visitan la página y encuentran de forma gratuita la información que desean, en este caso un regalo ideal. Y, por otra parte, los comerciantes que quieran aparecer en la base de datos de la empresa, dando a conocer su comercio al resto del mundo.
La competencia serían los grandes centros comerciales con disposición web como El Corte Inglés, Urende o Carrefour, y páginas web como ebay.com o segundamano.es. Los comercios que nosotros ofertamos en la página web sólo serían PYMES para así fomentar el comercio interior de la provincia.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La principal diferencia es el hecho de que somos los únicos que ofreceríamos un servicio de escala y magnitud a los usuarios de Internet. Cierto es que existen paginas webs de compras online como ebay, pero éstas son empresas de objetos de segunda mano, o otras páginas como la del El Corte Inglés o Carrefour, pero estás se limitan a ofrecer su catálogo mientras que nosotros ofreceríamos todos los productos existentes en el mercado y el usuario elegiría dónde comprarlo.
Lo que nosotros ofrecemos es un servicio cómodo y totalmente fiable ya que es el propio usuario quien compra físicamente el objeto sin intermediarios y sin más gastos que los que el propio valor del regalo.
Nuestro apoyo a las PYMES es otro gran factor a nuestro favor. El hecho es que ninguna otra página realiza un apoyo tan fuerte como el que nuestro proyecto quiere realizar, ellos son los principales afectados de la crisis económica existente y a esas empresas son a las que hay que apoyar.

Yo me ocupo

Marta Martos Molina

Plaza del Zodiaco 8, 4º A
23009 Jaén
Tlf. 662 222 707
E-mail: martamartosmolina@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

"YO ME OCUPO" es una empresa dedicada a la prestación de servicios de intermediación entre las empresas que suministran productos o servicios necesarios para organizar un evento o reunión, y sus clientes. Se pretende combatir la pérdida de tiempo y esfuerzo que supone al cliente esta organización, y servir a las empresas proveedoras como canal de distribución, de forma que las empresas ya existentes también se beneficien de nuestra actividad.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Para desarrollar nuestra actividad, tomaremos siempre como punto de partida las necesidades y deseos del cliente. Les informaremos sobre todos los servicios y productos de los que pueden disfrutar dentro del marco del evento que desean organizar, tales como servicios de restauración, flores, invitaciones, caterings, elementos de trasporte, salones de congresos, salas de fiestas, establecimientos dedicados al entretenimiento infantil y un largo etcétera.
Les asesoraremos sobre los productos/servicios más adecuados según el evento. Para que los clientes puedan seleccionar lo que más les conviene. Presentaremos a los clientes las opciones de diferentes empresas, de forma que puedan elegir la que más se ajuste a sus necesidades, expectativas y presupuesto, pero siempre les ofreceremos productos de calidad. Actuaremos así como filtro y sólo trabajaremos con profesionales, con quienes puedan garantizarnos los mejores resultados.
Una vez realizada la elección, nuestros profesionales se ocuparán de la organización, consiguiendo que nuestro cliente no pierda el tiempo, a la vez que le ofrecemos un servicio personalizado en el que él es el director del proyecto. Un producto final que resultará de la suma de diferentes productos y servicios, y que nosotros le presentaremos con un precio global, que incluirá el coste de nuestros servicios.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes

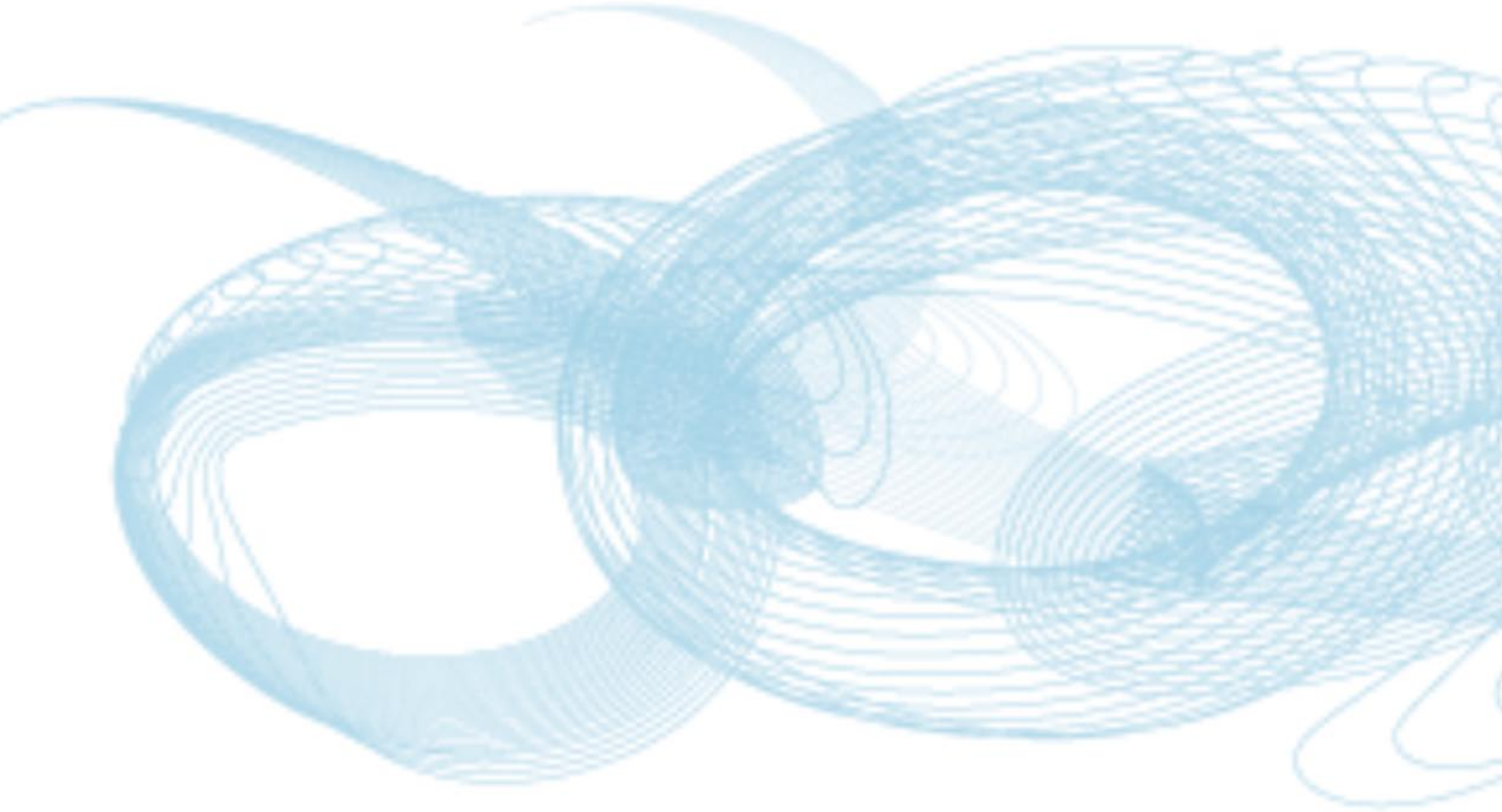
La selección de nuestros clientes ha sido clave para dar forma a esta idea de negocio. De hecho, esta empresa surge pensando en un determinado segmento, un cliente adulto que disponga de poco tiempo, con un poder adquisitivo medio-alto, que valore los resultados profesionales y busque la calidad, y que por todo ello esté dispuesto a pagar para que sean los profesionales quienes se ocupen de ese evento que él no puede encargarse de organizar.

Nuestra competencia

En el ámbito territorial que se pretende abordar no existen empresas que se dediquen a esta actividad, pero sí podrían competir con "YO ME OCUPO", al menos en una parte de nuestro trabajo, las agencias de viajes, que reservan habitaciones de hotel, restaurantes, plazas en diferentes medios de transporte, etc.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La innovación que presenta "YO ME OCUPO" consiste en no limitarse a ser un portal virtual que ofrece un directorio de empresas cuya existencia el cliente puede necesitar conocer si se plantea organizar un evento, como otras empresas que ya han mostrado su interés por este sector. Nuestra empresa va mucho más allá. Tiene una ubicación física y forma parte de sus actividades ofrecer los productos de otras empresas, pero también escuchar al cliente, asesorarlo en el proceso de toma de decisiones y ocuparse de todos los trámites necesarios de forma que el cliente sólo tenga que preocuparse de elegir y disfrutar de los servicios y productos.



Modalidad II. Realidad Empresarial

1º Premio

Indesat AVSTS

Fernando Martínez Padilla
Luis Linares Domene
Francisco Fernández Herrera

Plaza San Francisco nº 5 Bajo.
23700 Linares (Jaén)
Tlf. 953 607 064 / Fax 953 607 701

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

INDESAT AVSTS S.L. pone en marcha un proyecto innovador y ambicioso de especialización en el desarrollo e implantación de soluciones relacionadas con las TIC.
Este proyecto es promovido por un grupo de jóvenes profesionales andaluces, que unen sus estudios, experiencia y esfuerzos para dar respuesta a las nuevas necesidades y demandas del mercado.
De forma simplificada podemos resumir el proyecto como la implantación de una red de telecomunicaciones que integra Internet y telefonía a través de protocolo IP, utilizando tecnologías de transmisión inalámbrica o cableada según cada escenario. De este modo se optimizan los costes de material, mano de obra y tiempo de ejecución.
Se establece, por tanto, una red de comunicación paralela a la convencional de las grandes operadoras, gestionada de forma más directa y ágil, que posibilita ofrecer los mismos y nuevos servicios a precios más competitivos.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Los principales servicios ofrecidos son:

- Total conectividad a empresas con necesidades de transmisión de información elevada entre sus delegaciones.
- Acceso a internet de banda ancha con un bajo coste, a núcleos rurales donde el cable no llega contribuyendo así a disminuir la brecha digital.

3 Mercado: clientes y competencia

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han convertido en una herramienta imprescindible para mejorar la competitividad y la productividad.
En base a esto, el principal nicho de mercado lo constituyen las pequeñas y medianas empresas, preocupadas por optimizar su gestión y sus costes. Se trata de centralizar la información, lo que resulta muy interesante para empresas que posean varios centros de trabajo porque se reducen enormemente los costes de comunicación, mejorando notablemente la productividad al contar con una única gestión global.
En este momento, la red desplegada por INDESAT AVSTS se extiende por Andalucía y Extremadura, y se está ampliando hacia Castilla La Mancha.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Entendiendo VALOR DIFERENCIAL como sostenible, difícil de imitar y único frente a la competencia, señalamos como ventajas principales de este negocio:

- La diferenciación que proporciona el lanzamiento de productos novedosos, servicios de gran calidad y flexibilidad, y a un precio muy competitivo.
- La inversión en desarrollos propios desde la misma aparición de las tecnologías empleadas, que aseguran un lugar de privilegio dentro de nuestro sector.
- La motivación del equipo profesional por la prestación de servicios innovadores.
- La excelente reputación del grupo, que mantiene a sus investigadores en la cresta de la ola tecnológica.

Archivalia Sociedad Cooperativa Andaluza

Gema Cobo Hervás
Lucía Latorre Cano
Salomé Lendínez Ramírez
Marina Sánchez Ortega

c/ Muñoz Garnica 18, 1º A.
23001 Jaén
Tlf. 625 694 805 / 652 383 035

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Archivalia S.C.A. nace a finales del año 2005 por el espíritu emprendedor de cuatro mujeres especialistas en su sector, que vieron en el autoempleo una apuesta idónea para afianzar sus puestos de trabajo y realizar una propuesta de servicios innovadora, que cubría las necesidades de un sector para el que no existían propuestas alternativas.
Archivalia es una empresa pionera en su ámbito geográfico más inmediato, Andalucía Oriental. Este carácter innovador le fue reconocido en el momento de su creación con el Premio de Innovación Empresarial 2006, concedido por la Diputación Provincial de Jaén. En mayo de 2008 se le concedió el Premio Emprendedoras con cuatro ojos, que consistía en una campaña de comunicación por parte de Cuatro Ojos Comunicación. El último premio otorgado debido a este carácter emprendedor ha sido el segundo premio recibido de manos de la Universidad de Jaén en el I Premio de Emprendedores en la modalidad “Realidad Empresarial”.
Por otra parte, Archivalia ha apostado siempre por una política de calidad que asegure sus sostenibilidad y el afianzamiento de sus mercados potenciales, para lo cual obtuvo el Certificado de Calidad ISO:9001 con la agencia de certificación AENOR.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Este proyecto empresarial está basado en el ofrecimiento de servicios de gestión administrativa y cultural. En el objeto social establecido en esta cooperativa se ven reflejadas los cuatro principales grupos de servicios que se ofrecen:
Servicios archivísticos: 1.- Gestión integral de la documentación. 2.- Digitalización de documentos. 3.- Destrucción certificada de documentos.
Custodia documental: Para ello contamos con instalaciones para albergar más de mil metros lineales de documentación que cumple con todas las garantías de seguridad, conservación y confidencialidad.
Servicios bibliotecarios: Gestión de bibliotecas.
Servicios Documentales: Análisis y gestión de centros documentales.
Otros servicios: 1.- Gestión de proyectos museísticos. 2.- Comisariado, organización y evaluación de exposiciones temporales. 3.- Tasación de obras de arte. 4.- etc.

3 Mercado: clientes y competencia

El Mercado

Las empresas se están dando cuenta que hoy en día resulta indispensable contar con un sistema de gestión de la información y del conocimiento, pues es esencial para ellas, por que es un instrumento indispensable para ampliar la competitividad, aumentar la satisfacción del cliente, así como desenvolverse en el mercado global.

La competencia

Los competidores directos son otras empresas de gestión de archivos ubicadas en Sevilla, Cádiz, Madrid y Salamanca. Sin embargo, en Granada, Jaén y Almería todavía no se presta este servicio. Los productos de la competencia son similares aunque menos variados.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Archivalia se presenta en la actualidad como una empresa de ámbito supramunicipal y con unos objetivos centrados en Andalucía Oriental. Sin embargo, las previsiones de futuro de la empresa apuntan a su expansión al conjunto de la geografía nacional, exportando su modelo de empresa social al resto de comunidades autónomas.
La nueva línea de trabajo de Archivalia dedicada a la custodia documental es pionera en nuestra ciudad y está teniendo gran aceptación entre nuestros clientes.
Otra línea innovadora se ha centrado en la plataforma de formación de Archivalia (on-line), que ya ha visto reconocido su funcionamiento con el certificado de calidad ISO 9001. La formación de futuros profesionales y trabajadores en activo, empleando todas las herramientas que proporcionan las nuevas tecnologías, será una de las vías prioritarias en este campo.

3º Premio

Desarrollos Tecnológicos Intelec S.L.

Antonio Ruano Quesada

Polígono Industrial Los Olivares. c/ Beas de Segura, Parcela 8.
23009 Jaén
Tlf. 953 884 997 Fax 953 087 355
E-mail: aruano@intelec-ingenieria.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

El promotor de la empresa es Antonio Ruano Quesada, que una vez finalizada la titulación de Ingeniero Técnico Industrial en la Universidad de Jaén, y habiendo realizado como proyecto fin de carrera un Sistema Fotovoltaico Autónomo, comenzó con la elaboración de su proyecto empresarial. En el año 2002 la formación le impulsó a la divulgación y conocimiento del sector y, a finales del mismo, comienza su andadura como nuevo empresario desarrollando su plan empresarial, dejando perfectamente reflejada sus actividades, productos y servicios. Al ser un sector en estos años bastante innovador, la empresa comenzó siendo un apoyo técnico para arquitectos y administraciones públicas en temas de ahorro energético, fotovoltaica, térmica y biomasa con un volumen de negocio pequeño pero generando confianza en sus clientes y sentando las bases de una empresa con un fin claro, ser profesionales en un sector que creíamos iba a ser puntero en un futuro no muy lejano. En el día de hoy seguimos manteniendo a estos clientes, lo cual supone una satisfacción para nosotros, pero además hemos conseguido avanzar un paso más comenzando a trabajar con empresas como Ecoestream, Gamesa Solar, Dragados, Tecnocontrol, etc… teniendo en plantilla un grupo multidisciplinar contando con ingenieros, ambientólogos, químicos etc.., así como un equipo de instaladores que han sido formados desde nuestra empresa para entregar nuestras obras con la máxima calidad.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad de la empresa está basada en ofrecer un servicio “llave en mano” de aquella necesidad energética que nos plantea nuestro cliente. De este modo, nuestro objetivo es siempre dar la mejor solución técnica y energética. Nuestro trabajo comienza con el asesoramiento técnico, donde se plantean soluciones viables tanto técnicas como económicas para desarrollar el proyecto. Una vez que esta fase de ingeniería es aprobada por el cliente, nos disponemos a llevar a cabo la obra, planificando y ejecutándola en los tiempos determinados. Una vez entregada la obra, llevamos a cabo un mantenimiento que nos asegura la durabilidad de nuestro trabajo.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros principales clientes son:

- Organismos públicos.
- Estudios de arquitectura
- Empresas de construcción
- Particulares

En definitiva, donde hay un consumo energético tenemos un posible cliente, puesto que puede existir una forma más eficiente de hacer ese uso. La competencia está surgiendo en los últimos años, pero es importante que exista para el propio desarrollo y crecimiento de este sector.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Como carácter innovador podemos destacar que nuestra empresa está dedicada sólo y exclusivamente al desarrollo de proyectos de ahorro y eficiencia energética, lo que nos hace ser profesionales en nuestro sector. El tener implantada la ISO 9001:2000 y estar implantado la ISO 14001 nos hace mejorar día a día. De hecho, estos sistemas están implantados vía Web, dando un carácter tecnológico fundamental al uso diario de fichas, recogida de datos, etc,. En cuanto a temas como biomasa, absorción, dristict heating somos pioneros en el desarrollo de proyectos de esta índole.

Akanto - Diseño y gestión de museos

Carlos Javier Fernández Rodríguez

Paseo de la Estación 25, 7º.
23003 Jaén.
Tlf./Fax 953 226 612
E-mail: museologia@akanto.es / Web: www.akanto.es

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Akanto-DGM surge ante la necesidad de un producto inexistente en la provincia de Jaén: el diseño museológico de espacios expositivos y la gestión profesionalizada de museos y centros de interpretación. Su ámbito de trabajo se refiere a toda la Península Ibérica.
Hasta el momento, Akanto ha desarrollado diferentes ejecuciones a nivel de centros de interpretación con la modalidad "llave en mano", en la que se suministran las propuestas de diseño, redacción de contenidos y producción material de mobiliario y recursos museográficos. Otra de las vías, la gestión de establecimientos museísticos, se comenzará a desarrollar en el segundo semestre de 2009 como un sistema de gestión en red con centro en la oficina de Jaén. La empresa cuenta en la actualidad con delegaciones comerciales en Sevilla y Alicante.
El promotor de esta experiencia empresarial cuenta en su trayectoria con una sólida formación vinculada con la museología y la gestión del patrimonio, además de las áreas de conocimiento vinculadas a la historia del arte y la arqueología, contando, igualmente, con una gran experiencia previa en empresas del sector y en museos y conjuntos arqueológicos de Andalucía.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La planificación museológica comprende el espacio dedicado a la ciencia del museo: conservación de bienes culturales y su correcta transmisión al espectador. En cuanto a la ejecución museográfica, se abordan en la práctica los apartados incluidos en el proyecto museológico. Incluye los trabajos de diseño gráfico e industrial, producción de elementos de soporte de la información (textual, audiovisual, informática, etc.). Son los trabajos que, desde un proyecto museológico, concluyen en la entrega de llaves del nuevo equipamiento a la entidad contratante del suministro.
Otra de las vías de trabajo es el apoyo a otras empresas del sector como gabinete externo de museología, así como a entidades públicas, para las que Akanto ofrece un paquete de gestión que incluye todas las necesidades que una institución museística puede presentar para un normal desarrollo de sus funciones.

3 Mercado: clientes y competencia

Clientes: El potencial cliente es una institución pública, y el sistema de trabajo es a través de licitaciones públicas, que comprenden las siguientes vías de negocio: "proyectos llave en mano" y suministros puntuales de material museográfico, así como todas aquellas cuestiones relativas a la gestión patrimonial. Otro cliente potencial es el tipo de empresa de producción museográfica, sin un cuerpo técnico dedicado a cuestiones museológicas, para el que Akanto- DGM se constituye como un gabinete externo en esta rama.
Empresas de la competencia: En la actualidad hay un fuerte sector ligado a la museografía, con empresas fuertemente amparadas en capitales sociales amplios y con una implantación importante sobre el terreno, si bien adolecen en su mayor parte de mantener una dirección de obra basada en el diseño industrial y con poca importancia de la museología como ciencia, algo que los técnicos municipales, clientes potenciales, empiezan a evidenciar como una carencia generalizada.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

El producto que oferta AKANTO-DGM se diferencia de su entorno competitivo por el nuevo enfoque del diseño museográfico, realizado desde una perspectiva museológica, en la que se prioriza el mensaje expositivo y se adapta el diseño a las necesidades de sus usuarios finales. Igualmente, se presenta una propuesta pionera en cuanto a la gestión del patrimonio en nuestro país: el Plan de Gestión Integrada para instituciones museísticas. Este Plan, aunque abierto a todo tipo de instituciones, se dirige a aquellas entidades que, debido a su localización o a su escaso tamaño, no pueden permitirse una gestión profesionalizada del centro.

Oleo-Cata Xauen S.L.L.

María Isabel Simón Ocaña

Tlf. 677 648 177
E-mail: info@oleocataxauen.com
Web: www.oleocataxauen.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

OLEOCATA XAUEN
expertos en cata de aceites

La empresa, denominada OLEOCATA XAUEN SLL, es una empresa fundada por tres socias en 2002. Las socias fundadoras entraron en contacto con el sector del aceite de oliva tras cursar el título de Experto Universitario en Cata de Aceites de Oliva Virgen, en 1999, impartido por la UJA, en colaboración con el Consejo Oleícola Internacional.
Los acontecimientos más relevantes de la empresa en los últimos años han sido: Participación en numerosas ferias comerciales; Galardón MUJER EMPRESARIA y MEDIO AMBIENTE; Premio a la Mejor Sociedad laboral Innovadora 2008; Acreditación en la norma de calidad ISO 17025; Apertura de una tienda "Delicatessen"; Impartición de cursos, jornadas, charlas, relacionadas con el sector Oleícola.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las socias fundadoras, tras estudiar el sector, detectaron un vacío de mercado en una de las zonas más importantes de producción del "Oro liquido" del mundo y decidieron crear la primera empresa dedicada a la cata profesional de aceites de oliva para cubrir un hueco que aún no estaba cubierto en la provincia.

Catálogo de servicios

- Cata de muestra: Para cumplir este principio y que los resultados sean reproducibles, éste deberá realizarse bajo unas condiciones controladas y constantes.
- Clasificación de los aceites: Boletín informativo: En el boletín que se facilitará al cliente vendrá detallada la clasificación asignada de acuerdo a los resultados emitidos por el panel de cata.
- Impartición de cursos, jornadas, charlas, relacionadas con el sector oleícola.
- Tienda "Delicatessen", donde se ofrece al cliente productos relacionados con la cultura del olivo.

El cliente de Oleo-Cata Xauen tiene un valor añadido, ya que los servicios que ofrece la empresa son únicos en el mercado local, teniendo una baja competencia tanto a nivel regional como nacional.
Es por ello por lo que los servicios que comercializa la empresa actualmente poseen certificación de ENAC, correspondiente a calidad en Aceites de Oliva (ISO 17025).

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado en el que se mueve Oleo-Cata Xauen es un mercado tanto nacional como internacional, si bien es cierto que, actualmente, se centran fundamentalmente en el nacional.
Por todo ello, OLEO-CATA XAUEN SLL, se constituye como el PRIMER LABORATORIO que ofrece una actividad innovadora en el sector oleícola: LA CATA DE ACEITES DE OLIVA. El objetivo principal de la empresa es luchar, defender, potenciar y velar por el mantenimiento de la calidad sensorial de un producto tan tradicional como el aceite de oliva, para que este ocupe el lugar que le corresponde en el marco del mercado mundial.
Sus posibles clientes serán todas las empresas oleícolas productoras de aceites, envasadoras… ya que durante la transformación de la aceituna en aceite, éstos pueden tener diferentes catalogaciones.
Además, en relación a los servicios de formación, los clientes potenciales serán todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con la cata de aceites.
En la tienda "Delicatessen", los clientes son un abanico mucho más amplio ya que se ofertan todo tipo de productos, desde gastronómicos hasta de cosmética, pasando por todo lo relacionado con la cultura del olivo.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La empresa tiene una clara ventaja frente a sus competidores: la exclusividad de los servicios en la provincia, lo que unido al hecho de ser Jaén la mayor productora de aceites, lo convierte en una ventaja competitiva frente a los análisis químicos. Además, hay que señalar que un análisis químico jamás podrá suplir las sensaciones humanas frente al olor y paladar de los aceites.

A.D. Andalucía

J.A. Pérez
A. Lara
D. Miranda
M. Miranda

Martos (Jaén)
Tlf. 686 64 83 47
Email: a.d.andalucia@hotmail.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

A.D. Andalucía es una entidad que, por el momento, se dedica a la edición de publicaciones periódicas y de libros dentro de los ámbitos de la Educación, la Actividad Física y la Salud.
Los promotores de la misma son jóvenes titulados en los ámbitos en los que ésta desarrolla su actividad.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Entre los objetivos de esta entidad, que están en consonancia con las actividades que lleva a cabo, destacan:

- Permitir una formación complementaria y de calidad de los trabajadores en el ámbito educativo, de la actividad física y de la salud.
- Ayudar al desarrollo del conocimiento científico en el ámbito educativo y de la salud.
- Favorecer la divulgación y transmisión del conocimiento científico en el ámbito educativo y de la salud mediante la edición de publicaciones (libros, manuales, monografías, trabajos, investigaciones, publicaciones periódicas…).
- Realizar y dirigir actividades culturales, deportivas y saludables permitiendo el desarrollo profesional de las personas interesadas.

En este sentido, la entidad edita libros científicos relacionados con el ámbito de actividad de la misma (educación, actividad física y salud). Del mismo modo, edita una publicación periódica digital, disponible a través de Internet. La intención de esta publicación es la de favorecer la divulgación y la transmisión del conocimiento científico de alta calidad y rigor, tal y como se enuncia en una de las finalidades de la entidad.

3 Mercado: clientes y competencia

Por un lado encontramos aquellos profesionales de la investigación que pretenden divulgar sus hallazgos, conocimientos y estudios científicos. A éstos les estamos dando las herramientas necesarias para ello, mediante la publicación de sus artículos en nuestras publicaciones periódicas o mediante la edición y distribución de sus textos científicos. Por otro lado, encontramos a aquellos otros profesionales e investigadores que necesitan realizar una búsqueda y recopilación de información científica para su actividad laboral o investigadora. Para ello, pueden consultar nuestras bases bibliográficas o el catálogo de nuestras revistas, pudiendo adquirir vía Internet toda la información y documentación que necesiten. Por último, otra tipología de clientes con la que nos encontramos son aquellos profesionales o aspirantes que necesitan una formación complementaria y de calidad en alguno de los ámbitos de nuestra entidad. Para ello les ofertamos una serie de actividades que les permitirán adquirir una serie de conocimientos o reciclar los que ya poseían de cara a una mejora en su actividad profesional.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Esta entidad engloba tanto formación como fomento y desarrollo del conocimiento científico, es decir, permite fomentar el desarrollo junto a la divulgación del conocimiento científico y, basándose en ese conocimiento, participa en la formación de los profesionales. Por lo tanto, esta entidad es una conjunción de dos realidades íntimamente ligadas y que forman una unión indisoluble. Es decir, la formación de profesionales permite el desarrollo y la generación de conocimiento científico que revierte de nuevo en la formación de los mismos y de otros profesionales.
El valor diferencial lo aporta la apuesta por la calidad y la rigurosidad científica, además de la intención de expansión internacional.

Cinde Consultores

Ramón García Giménez

c/ Castilla la Mancha, 10 1º Oficina.
23008 Jaén
Tlf: 902 296063
E-mail: cinde@cinde.es / Web: www.cinde.es

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

CINDE Consultores nace como una consultora con una única misión: prestar un servicio avanzado de mejora de la gestión a las empresas, de modo personalizado y basado en una relación cercana y de confianza. A lo largo de los años, ha ido buscando ofrecer un servicio profesional que dé respuesta a las necesidades del mercado, incrementando la cartera de servicios que se han ido ofreciendo a los clientes.

CINDE consultores basa su éxito en cuatro pilares fundamentales: 1.- Personal; 2.- Servicios innovadores; 3.-Clientes; 4.- Colaboración y cooperación. Los promotores de la empresa son titulados universitarios con una dilatada experiencia en las actividades que la empresa ofrece.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Área Calidad y Medio Ambiente

1.- Implantación y mantenimiento de sistemas de gestión. 2.- Gestoría medioambiental: memorias administrativas, planes de minimización, etc

Área Recursos Humanos

1.- Selección de personal. 2.- Planes de igualdad. 3.- Relación de puestos de trabajo. 4.- Evaluación del desempeño.

Área de Asistencias Técnicas

1.- Inventario de bienes y derechos municipales. 2.- Manuales de servicios. 3.- Planificación estratégica. 4.- Agenda 21 Local

Ejemplos proyectos Innovadores

1.- Puesta en marcha de la Agenda 21 de la provincia de Almería (Diputación de Almería). 2.- Implementación de los estándares de calidad en la villas termales de toda España (FEMP). 3.- Portal medioambiental sector oleícola (CITOLIVA).

3 Mercado: clientes y competencia

Los clientes son, en general, pequeñas y medianas empresas de capital privado. Complementariamente, contamos con una cartera significativa de clientes en la administración pública (ayuntamientos, diputaciones provinciales, etc.).

En la actualidad, CINDE cuenta con una cartera de clientes de más de 150 empresas privadas y 30 públicas, con los cuales mantiene una relación continua

El mercado de interés para CINDE Consultores está en toda la comunidad andaluza, sin descartar el resto de territorio nacional.

La competencia es de dos tipos: empresas locales con implantación sólida en el territorio, de un tamaño y actividad igual o menor que CINDE Consultores (compiten en precio) y empresas de carácter nacional o transnacional que desarrollan su trabajo en cualquier parte del país (compiten en nuevas tecnologías).

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Innovación en los servicios: apuesta por servicios que generen un valor añadido a los clientes.

Reconocimiento del mercado: contamos con una serie de acreditaciones de gran relevancia en el mundo de la consultoría producto de los servicios prestados desde su constitución. Como hito importante en nuestra trayectoria como empresa de consultoría en Andalucía, hemos sido calificados como Agente del Conocimiento Tecnológico de Andalucía.

Equipo de trabajo multidisciplinar: Contamos con un equipo multidisciplinar de titulaciones que, junto a la experiencia, planes de carrera diseñados en la empresa y trabajo en equipo, nos permite dar respuesta a las necesidades del cliente.

Servicios globales a través de alianzas: Durante los años de experiencia y trabajo desarrollado hemos conseguido establecer importantes alianzas que nos permiten llegar un paso más allá en nuestros servicios.

English™

Joaquín M. Cruz Trapero (director)
María D. Gallardo Zafra (gerente)

c/ Ejido Alcantarilla, 26.
23002 Jaén
Tlf. 953 088 394 / 661 269 169 / 685 349 462
E-mail: direccion@english-tm.es

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Los límites de nuestro lenguaje son los límites de nuestro mundo. Tras trabajar durante años en Madrid para AENA, CASA, EADS, SHELL o IFES, y más recientemente para FAFFE o la UJA en Andalucía, los fundadores de English™ deciden implantar en Jaén sistemas avanzados de enseñanza para la formación en el campo de los idiomas: así es como nace el producto In-Company. La plantilla de English™ posee, asimismo, una dilatada experiencia internacional en el ámbito de la traducción científica y edición de textos en varios idiomas, lo que les capacita para ofrecer servicios on-line como FTEnglish™.
En la actualidad, English™ es el primer centro privado en Jaén cuyos métodos de enseñanza abarcan desde lecciones presenciales hasta los más modernos sistemas de comunicación, agrupados y ofertados de manera gratuita en el potente portal de Internet www.english-tm.es.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las señas de identidad de English™ son sus productos estrella, In-Company & FTEnglish™. ¿Se ha planteado alguna vez por qué usted no habla inglés de la manera en que le gustaría, a pesar de la existencia de tantos 'métodos' de aprendizaje que compiten en el mercado? La respuesta parece evidente; las fórmulas mágicas no funcionan a la hora de aprender idiomas: de ser así, todos dominaríamos diferentes lenguas sin esfuerzo. La realidad es muy otra y, para suplir las carencias dichos métodos, English™ crea y ofrece In-Company, un servicio de contrastada eficacia y sólida base científica que permite a los miembros de su empresa desarrollar destrezas comunicativas en tiempos récord. En otras palabras: sin fuegos de artificio, sin fórmulas mágicas, English™ garantiza aprender a hablar inglés de forma efectiva y rápida. Los profesionales de English™ desarrollarán un cuidado plan de acción y establecerán las pautas a seguir para que cualquier profesional de su empresa aprenda a comunicarse de manera efectiva en inglés sin necesidad de abandonar sus instalaciones. FTEnglish™, por otro lado, es un servicio mediante el cual ya no será un problema traducir textos científicos y comerciales en tiempos muy reducidos y con gran precisión.

3 Mercado: clientes y competencia

El producto FTEnglish™ ha sido recientemente utilizado por el Grupo de Investigación y Desarrollo en Energía Solar (I+DEA) de la UJA de cara a la traducción de un informe ejecutivo desarrollado para un comité de expertos al auspicio de las empresas británicas First Comferences Ltd y CPV-Today, comité supervisado, entre otros, por miembros del NREL (U.S. National Renewable Energy Laboratory). En lo local, los miembros de English™ han desarrollado e implantado mediante el sistema In-Company, diversas acciones formativas para la Fundación Andaluza Fondo de Formación y Empleo, entidad dependiente de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía. Asimismo, más de 160 alumnos reciben formación directa en los centros que English™ posee en Jaén. English™ no se circunscribe a los límites de lo local: trabaja para posibilitar el flujo de comunicación entre sus clientes y cualquiera de los 2.000 millones de personas que hablan inglés en todo el mundo, donde quiera que éstos estén.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Lo que English™ ofrece es un servicio integral y ágil en la consultoría de formación y traducción. El portal de Internet gestionado por la empresa y de uso gratuito, www.english-tm.es es una clara apuesta por aunar tradición e innovación: en la actualidad English™ es el único centro privado de formación en Jaén que ofrece una plataforma digital propia mediante la cual trabajar con sus clientes, tanto en la formación directa (mediante descargas de materiales de elaboración propia o mediante un sistema de evaluación de conocimientos on-line al que tienen acceso sus alumnos y alumnas), como en la formación indirecta gracias a In-Company & FTEnglish™. En la práctica, tras la primera sesión, la frase más habitual de quienes contratan In-Company es "esto es justo lo que buscaba: realmente es posible hablar inglés desde el primer día".

Estética & Spa

Dolores Moral Gadeo

Tlf. 669 454 364
E-mail: lola_moral_gadeo@hotmail.com

1 Descripción de la idea de negocio

El proyecto consiste en la creación de un Centro de Estética combinado con un Centro Spa. Se ofrecerán servicios para la imagen personal y de Spa a todo aquel cliente que busque otras terapias cada día más demandadas dentro de la salud, ocio y relax. Al mismo tiempo sirve de complemento a los tratamientos de belleza. Conjugando ambos negocios, siendo polivalentes entre sí, aplicando una ideología empresarial actual y con vista de futuro.
Se ubicaría en Jaén, concretamente en una zona nueva que avanza mucho y donde el nivel adquisitivo es medio-alto. La población es de joven y mediana edad, al lado hay una zona de casas unifamiliares y residenciales. Hay dos parques cercanos (uno de ellos frente al centro, al otro lado de la calle), los dos son frecuentados por muchas personas. También está próximo al polígono industrial.
Características del local: Entre 80 y 100 m^2, altura mínima 2.60 m. y consumo energético 40 kw.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Depilación de piernas con cera fría y caliente; depilación de ingles, pubis, cejas, axilas, labio superior, brazos, glúteos, de espalda y pómulos (para hombres), foto depilación y depilación eléctrica.
- Manicura, pedicura, uñas esculpidas de gel, etc.
- Permanente pestañas, coloración pestañas, coloración cejas, etc.
- Prueba de maquillaje, maquillaje de novia o madrina, maquillaje normal, maquillaje de uñas, etc.
- Tratamiento higiene facial de 5 sesiones, higiene facial, higiene espalda, peeling corporal, etc.
- Tratamiento anticelulítico 1 sesión, tratamiento anticelulítico 8 sesiones, tratamiento choco terapia, etc.
- Rayos Uva
- Envolturas.
- Masajes Vichy
- Otros tratamientos

3 Mercado: clientes y competencia

No tengo competencia al tratarse de una zona de nueva construcción y en expansión.

La clientela

Las personas que pasan por allí son:

- De joven y mediana edad
- Nivel adquisitivo medio-alto
- Muchos deportistas que frecuentan el parque del otro lado de la calle.
- Gente que pasea en su rato de ocio
- Personas que trabajan en el polígono industrial.

Formaempresa Sur

Nuria Cocera Zafra

c/ Castilla, 2 oficina 6. 23007 Jaén
Tlf. y Fax 953 234 827
E-mail: formacion@formaempresasur.com
Web: www.formaempresasur.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Formaempresa Sur es una empresa joven, fundada en enero de 2008 para ofrecer formación continua a las empresas más exigentes de cada sector. Nuestra labor es formar a los trabajadores, porque teniendo personal cualificado es la única fórmula para el éxito empresarial. Orientamos nuestro trabajo a sobrepasar las expectativas de nuestros clientes ofreciendo un material didáctico, de gran calidad, así como profesionales altamente cualificados. Tenemos una amplia oferta formativa para todas las áreas empresariales, ofreciendo distintos niveles educativos de acuerdo a las necesidades de los alumnos. Nuestros temarios están en continuo reciclaje y actualizados. Nos preocupamos por la satisfacción integral de nuestros clientes, por eso controlamos la calidad de nuestro material didáctico, tanto en la búsqueda de las mejores editoriales como los mejores servicios de entrega de material.
Formaempresa Sur es una empresa innovadora, actual, joven, moderna y adecuada, con instalaciones dotadas del mejor material informático y técnico. La gerencia de esta empresa está en manos de Dña. Nuria Cocera Zafra, una mujer joven, actual y emprendedora que lleva a cabo este proyecto empresarial con gran dedicación a quien avalan más de 6 años de experiencia en el sector de la formación.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad principal de nuestro centro es Consultoría de Formación, que consiste en ofrecer formación dirigida a trabajadores/as de empresas a través de diferentes modalidades: teleformación, formación a distancia, clases presenciales y semipresenciales y así satisfacer la necesidad de formación de éstos para la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas con el objeto de consolidar y mejorar de sus puestos de trabajo.
Con estas modalidades de formación, el trabajador podrá conciliar vida laboral con vida familiar. Nuestro centro es entidad organizadora de formación por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, por lo que posibilita que las empresas que realicen formación a sus trabajadores lo puedan hacer de una forma gratuita, siempre que coticen por la contingencia de Formación Profesional a la Seguridad Social, ya que tienen derecho a disponer de un Crédito de Formación Profesional para el empleo. Este Crédito de Formación Profesional para el empleo es la cantidad que dispone la empresa para financiar, a través de las bonificaciones a las Cuotas de la Seguridad Social, las Acciones de Formación Continua que desarrollen para sus trabajadores. Abarcamos un gran abanico de cursos de formación para cada sector.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes: Todas las empresas que tengan centro o centros de trabajo en el territorio del estado español, cualquiera que sea su tamaño o ubicación, que desarrollen formación para sus trabajadores y que coticen por la contingencia de Formación Profesional a la Seguridad Social.
Competencia: Existe una gran competencia, lo que hace que nuestro centro siga una estrategia de diferenciación.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

La principal innovación de nuestra empresa y, por lo tanto, lo que nos hace diferentes frente a nuestros competidores, es la especialización en formación en ENERGÍAS RENOVABLES, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

Liviprod Producciones Audiovisuales S.L.

Manuel J. Palacios Domínguez

23700 Linares (Jaén)
Tlf. 600 493 313 / 600 493 315 / 953 651 617
E-mail: direccion@liviprod.com
Web: www.liviprod.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

LIVIPROD Producciones Audiovisuales S.L. nace en 2004, aunque no es hasta 2007 cuando se convierte en Sociedad Limitada. Sus promotores son, desde un principio, David Villalobos Sampedro y Manuel Palacios Domínguez.
Nuestra empresa está ubicada en Linares para la producción y post-producción de trabajos audiovisuales, cuya línea de actuación es principalmente la realización de reportajes dentro de los segmentos: Turismo, Eventos Culturales y Promoción Empresarial.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Liviprod Producciones Audiovisuales S.L. cuenta con un amplio abanico de productos del campo audiovisual: documentales, reportajes, guías interactivas, spots, locuciones, web, 2D y 3D, diseños, cartelería, realizaciones en directo, serigrafía, video books, video clips, fotografía, emisión por internet, cine, tv, etc.

3 Mercado: clientes y competencia

Liviprod Producciones Audiovisuales S.L. cuenta con tres líneas muy diferenciadas del campo audiovisual, como son turismo, eventos culturales y promoción empresarial. Algunos de nuestros clientes son:
1.- Touareg in motion Marruecos ´06 y la segunda edición, la ´07: seguimiento audiovisual para Volkswagen. 2.- Bernuy de Porreros: promoción turística a través de la imagen para este pueblo segoviano, 3.- Santana Aníbal: publirreportaje y reportaje para el coche elaborado en la fábrica linarense Santana Motor. 4.- Onda Cero Tierras de Jaén: presentación de la primera, segunda, tercera y cuarta edición de la revista realizada por Onda Cero Tierras de Jaén para la promoción turística de la provincia jiennense. 5.- Programa Audiovisual Gastronómico: realización de 8 programas en directo sobre la gastronomía andaluza para Turismo Andaluz. 6.- Canal Andalucía Turismo: realización de reportajes para el canal emitido por satélite Canal Andalucía Turismo, para la promoción turística de Andalucía. 7.- ¡A JUGAR!: presentación audiovisual del libro ¡A jugar!, escrito por Yolanda Sáenz de Tejada y el Dr. Eduard Estivill para la editorial RandomHouse. 8.- GALA PRESENTACION VMV: producción y realización de la gala celebrada en Arjonilla para la presentación, tanto de empresa como de producto, de la empresa VMV (Vehículos Móviles Versátiles), creadores de Hotel Móvil (patente mundial). 9.- SUEÑOS. PASARELA CANO: producción, organización, coordinación y realización en directo de gala homenaje a clientes de la empresa linarense Novedades Cano. Dicha gala fue celebrada en la sala madrileña Joy Eslava, contando con artistas de renombre y empresas del mundo del espectáculo. 10.- POESÍA EN EL PALACIO: producción audiovisual elaborada mensualmente para la cadena hotelera Hospes. Dicha producción finalizará con una colección en DVD para su publicación y comercialización por dicha cadena hotelera sobre los recitales poéticos que se realizan en sus hoteles. 11.- Plataforma de mujeres artistas contra la violencia de género: documental realizado para dicha plataforma y la realizado en Palestina del 21 al 28 de diciembre de 2008.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Liviprod Producciones Audiovisuales S.L. cuenta con equipos de última generación, un personal joven y cualificado, un valor diferencial frente a los competidores.
Todos nuestros productos, en su conjunto, tienen una gran flexibilidad, adaptándonos a las necesidades del momento. En función de lo que el cliente nos solicite desarrollamos su diseño, color, presentación..., pero siempre con la premisa de ser en formato digital y con la máxima calidad.

Mengisoft Sociedad Cooperativa Andaluza

Francisco Jesús Martínez Mimbrera
Miguel Ángel López Medina
Jose García López
Antonio Moral del Martínez

Avda. de la Innovación. Oficinas 201-202 Edificio Big-Bang (GEOLIT) y c/ Real, 27. Mengíbar (Jaén).
Tlf. 953 373 002
E-mail: info@mengisoft.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Mengisoft Sociedad Cooperativa Andaluza es una empresa constituida en marzo de 2007 en Mengíbar (Jaén) por cuatro socios naturales de Mengíbar (Jaén) estudiantes de Ingeniería Informática en la Universidad de Jaén que, habiendo finalizado sus estudios, optan por el autoempleo en su propia tierra en lugar de buscarlo en grandes urbes como Madrid, Barcelona o Valencia.

El principal motivo por el cual constituimos la empresa fue el de poder desarrollarnos profesional y personalmente, así como poder aprovechar las posibilidades que existen en nuestro campo por encontrarse en pleno auge y demanda en nuestra comunidad autónoma. Consideramos que Andalucía es una comunidad óptima para el desarrollo de las Tecnologías de la Comunicación y la Información. El proyecto es presentado como innovador en la provincia por la Escuela de Empresas de la Junta de Andalucía ya que no existe otra empresa de tales características.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

A. Una de las actividades principales es el desarrollo de software. Se aplica el esquema de ingeniería de software clásico: 1.- Requerimientos. 2.- Diseño. 3.- Desarrollo e implementación. 4.- Implantación. 5.- Pruebas. 6.- Actualizaciones y mejoras

B. Destacamos la consultoría Informática como otra de las líneas de trabajo de nuestra sociedad.

- Como empresa consultora: a través del programa Novapyme, MENGISOFT ofrece trabajos de consultoría.
- Como empresa proveedora: MENGISOFT S.C.A. ha sido nombrada empresa proveedora del programa Novapyme. Por tanto, está abierta a implantar cualquier tipo de solución software o hardware a nivel de toda la comunidad andaluza. MENGISOFT S.C.A. ha desarrollado una serie de aplicaciones software destinadas a pymes que implantan de forma gratuita, como es MGS- FACTU Estándar, MGS-TPV Estándar o páginas web presencia.

C. Como tercera línea de trabajo, MENGISOFT S.C.A. tiene el mantenimiento integral de sistemas informáticos.

3 Mercado: clientes y competencia

La ubicación geográfica de la empresa es Mengíbar (Jaén), una población con un enclave estratégico en cuanto a comunicación con el resto de poblaciones de la provincia y la propia capital. Nosotros apostamos por la zona por la poca competencia y la gran demanda existente. Algunas empresas del sector de las Tecnologías de la Comunicación y la Información en la zona son AM System, Prodemedia o Servimain.

Identificación de los clientes

Los clientes potenciales de la empresa son de diversos tipos:

- Empresas con necesidades software específicas.
- Administraciones públicas o ayuntamientos que requieran mantenimientos, software de gestión o portales en Internet.
- Clientes particulares.
- Administración pública a través de concursos o licitaciones para el desarrollo de un determinado proyecto.
- Personas físicas con necesidad de formación.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

- Somos conscientes de que cada realidad empresarial posee unas necesidades TIC diferentes que la hacen única. Por tanto, hacemos especial hincapié en detectarlas para desarrollar una solución software y hardware acorde a dichas necesidades: diseño a medida.
- Nos podemos definir como los artesanos de software, en tanto en cuanto diseñamos un software específico en función de las necesidades del cliente.
- Nos anticipamos a las demandas o necesidades de nuestros clientes con el fin de optimizar su trabajo.
- Damos soporte y mantenimiento de nuestro sistema una vez implantado y formamos a los que lo van a usar para que le saquen el máximo partido.

Neum Consultores

Verónica Toniolli Silva
Marina Pilar Menor García

Federico del Castillo, 1 Bajo.
23005 Jaén
Tel. 953 296 881 / 654 224 970 / 625 106 434
Web: www.neumconsultores.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

La idea nace de dos profesionales del marketing que deciden emprender un camino autónomo. Dicha motivación se ve acentuada al comprobar cómo las empresas jiennenses deben recurrir a consultoras de otras provincias.
La trayectoria de ambos profesionales se ha desarrollado en empresas públicas y privadas, a nivel internacional, al igual que nuestra formación académica, y siempre en el área de Marketing y Consultoría de Empresas. Nuestros estudios nos proveen, junto a la experiencia, de los conocimientos necesarios para llevar a cabo el trabajo.
Todos estos valores, sumados a otros puntos fuertes que apoyan nuestra empresa, como la diversidad cultural que imprime un valor diferencial a nuestros trabajos, la cercanía con nuestros clientes para una mejor atención, hacen de NEUM Consultores una empresa que brinda un nuevo concepto de servicios a empresas.
La calidad en los trabajos, la personalización en la atención a cada cliente, unidos a una buena relación de ajustes en tiempos de ejecución, componen los aspectos más valorados por nuestros clientes.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa trabaja bajo tres Unidades de Negocios:

Asesoramiento en marketing

1.- Plan de negocio a nivel nacional e internacional. 2.- Plan de marketing. 3.- Diseño y realización de campañas promocionales. 4.- Consultoría en comunicación. 5.- Consultoría integral de marketing. 6.- Asesoramiento para la introducción en mercados externos. 7.- Nuevas tecnologías aplicadas al marketing. 8.- Desarrollo de franquicias.

Investigación de Mercados

1.- Estudio de mercado. 2.- Estudios de prospección internacional. 3.- Análisis de satisfacción del cliente. 4.- Mystery Shopper. 5.- Test de Envase / Producto / Marca. 6 Pre y post test publicitario.

Formación

Ofrecemos programas de formación diseñados de acuerdo a las necesidades de las empresas, teniendo en cuenta el grupo, las características de formación anterior y los objetivos que se quieren alcanzar. Contamos con una red de empresas colaboradoras para la realización de proyectos puntuales. Estas empresas trabajan bajo los lineamientos que NEUM Consultores establece y bajo los estándares de calidad y servicio determinados desde el inicio de nuestra empresa.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestro mercado se abre a todas las empresas que quieren mejorar su performance. No importa tamaño, antigüedad ni rubro de actividades: son todas potenciales destinatarias de los servicios de asesoramiento en marketing e investigación de mercados. En cuanto a competencia, dentro de la provincia somos la primera empresa con nuestras características y con el abanico de servicios que ofrecemos.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestros valores diferenciales se basan en la cercanía con el cliente, la actualización y formación constante de las personas que integran la empresa, la innovación en la utilización de nuevas tecnologías y el ideal de creación de valor para nuestros clientes.
La principal materia prima es la CREATIVIDAD, el SABER HACER y el CONOCIMIENTO.
A partir de ellos, somos capaces de crear todas las variantes de servicios que NEUM Consultores tiene a disposición de las empresas, adaptándonos a cada contexto, a cada situación única y a cada compañía, siendo un universo particular cada uno de los proyectos que recibimos.

Ordytel Comunicaciones S.L.

Vicente Mellado Gutiérrez

c/Casicas, 3.
1880 Baza (Granada).
Tlf.645 095 614
Web: www.ordytel.es

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Empresa dedicada a las tecnologías de la información y la comunicación creada entre los años 2003 y 2004. Afianzada en la parte Oriental de la comunidad andaluza, presta servicios a empresas y administraciones públicas, sobre todo en el norte de la provincia de Granada.
El administrador constituyó la sociedad dentro de un marco familiar tras finalizar su formación en el C.F.G.S de Sistemas de Telecomunicación e Informática, derivado de la continua renovación de conocimientos gracias a la compaginación de sus estudios, en la E. P. de Linares en la Ingeniería Técnica de Telecomunicación Esp. en Telemática y gestión de la compañía, derivan gran cantidad de posibilidades e innovación en nuevos productos y mercados.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Entre la gran gama de productos de los sectores de las telecomunicaciones destacan algunos como:
1.- Televisión prepago: sistema adaptado a las últimas tecnologías con infinidad de posibilidades y configuraciones. 2.- Telefonía prepago. 3.- Acceso a Internet: acceso público a Internet tanto con cable o Wifi. De acceso abierto o bajo pago. 4.- Cableado estructurado de voz y datos. 5.- Sistemas de seguridad, vigilancia y control de accesos: montaje de equipos de seguridad, video vigilancia y control de accesos. 6.- Sistema Gestión de colas y direccionamiento de personas. 7.- Puntos informativos al público, fijos o interactivos: actualmente se está trabajando en el diseño e implantación de nuevos productos, como:
- Video On Demand (VOD) (televisión a la carta): sistema de televisión personalizada, ofreciendo contenidos exclusivos a cada usuario, ajustándose el gasto realizado a ellos.
- Telefonía IP adaptada: con la posibilidad de integrar los servicios tanto lúdicos como comunicación con los servicios médicos, video conferencias…
- Nuevos sistemas de pago: como es a través de SMS.

3 Mercado: clientes y competencia

La principal orientación de mercado marcado por la empresa consiste en el suministro de los anteriores servicios a edificios singulares (hospitales, residencias, hoteles…), donde no sólo se valora la importancia técnico-económica de los proyectos sino que se tienen muy en cuenta otro tipo de méritos a aportar, tal como un servicio cercano, pulcro y llano.
Aprovechar también el gran escaparate que son estos centros públicos, que permiten mostrar los valores y calidades ofertadas, permitiendo abrir el mercado a todo tipo de clientes.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Pugnando con un número muy escueto de competidores pero de un altísimo nivel, el ideal por el que se rige la compañia es la correcta sinergia entre los valores humanos y los componentes técnicos. La idea es ofrecer unas ventajas tecnológicas y administrativas al orden de los tiempos; pero brindar a la vez una relación mucho más cercana al cliente final, en éste caso el paciente. A modo de tratar de complacer al máximo tanto al propio centro como a sus usuarios. Dedicar un personal exclusivo, preparado y totalmente entregado a cada centro. Evitando así el trato frío, distante y a veces inefectivo de intermediarios como viene ocurriendo con grandes empresas del sector.

Prodamed S.L.

Luis García Díaz

Pol. Ind. El Calvario Parcelas a-22 y A-23.
23730 Villanueva de la Reina (Jaén)
Tlf. 953 5370 53 / Fax 953537548
Web: www.prodamed.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

La idea de empresa nació en el año 1993 durante la realización de los estudios de Biología en la Universidad de Jaén de Luis García Díaz y como respuesta a la necesidad de salidas laborales de nuestra titulación. Se hicieron diversas consultas a la Consejería de Medio Ambiente para las autorizaciones como Gestor de Residuos Peligrosos y comenzamos la actividad en la recogida de aceites usados de automoción.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Al ser Jaén y su provincia una zona con muy variada pero pequeña representación industrial, nos encontramos con la problemática de una gran variedad de residuos peligrosos en pequeñas cantidades, por lo que las grandes empresas gestoras de este tipo de residuos no están presentes al pedir a estas industrias cantidades importantes de estos residuos para ofertarles su gestión. Debido a esto se genera un grave problema ambiental debido al abandono de dichos residuos en el medio ambiente, siendo los responsables de la contaminación de suelos y aguas.
Según el Plan de Gestión de Residuos Peligrosos de Andalucía (BOJA nº 91 de 13/08/98) se estima que la producción de residuos peligrosos en la provincia de Jaén asciende a unas 4.300 toneladas anuales, de las cuales sólo el 31% es entregado
Por este motivo, en el año 2005 PRODAMED S.L. como GESTOR AUTORIZADO DE RESIDUOS PELIGROSOS por la Junta de Andalucía con el Nº AN-0021, proyectó paliar esta deficiencia con la recogida de estas pequeñas cantidades para su concentración y envío a los correspondientes gestores finales, resolviendo con unos costes bastante bajos la gran problemática ambiental que existe en las industria de la provincia, con la construcción del actual centro de transferencia de residuos peligrosos en la localidad de Villanueva de la Reina.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestro principal mercado se encuentra en el sector de automoción de la provincia de Jaén, es decir, talleres mecánicos, concesionarios de automóviles y centros de descontaminación de vehículos.
Pero debido a nuestra condición de gestores de residuos peligrosos, nuestra actividad puede ampliarse a todos aquellos sectores económicos cuya actividad productiva genere residuos peligrosos conforme marca la legislación ambiental en este sentido.
Nuestra competencia son empresas grandes dedicadas a grandes fábricas y grandes productores de residuos, dejando olvidadas las necesidades de la pequeñas y medianas empresas, que han de cumplir también con los requisitos legales. Y es en este nicho de negocio donde PRODAMED S.L. desarrolla su actividad medioambiental, con una flota de vehículos especialmente preparados para esta labor de recogida y gestión de residuos.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestra contribución a la innovación estaría en este campo novedoso de la gestión medioambiental basado en la sostenibilidad de los servicios ofrecidos. También se trata de un nuevo nicho de trabajo, como es el medio ambiente, con el atractivo de realizarlo en la provincia de Jaén, tan necesitada de diversificar los sectores económicos.
PRODAMED S.L. también se diferencia de sus competidores en que cuenta entre su personal con tres técnicos medioambientales formados en la Universidad de Jaén para dar solución a todos aquellos problema de gestión de residuos de nuestros clientes conforme la legislación medioambiental requiere.

Protección Digital S.L.

Pablo Montero Espinar
Blanca Campillo Martínez
Luis García

c/ Doctor Civera, 8.
23004 Jaén.
Tlf. 653 966 591
Email: info@proteccindigital.es / Web: www.proteccindigital.es

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Protección Digital S.L. es una empresa creada por cinco promotores, ubicada en Jaén capital. Con CIF: B23627136, fue constituida en 2008, inscrita en Registro Mercantil de Jaén: Tomo 436, Folio 192, Hoja 16781, Insc. 1.

Protección Digital Consultores S.L.

Protección Digital S.L. tiene su nacimiento durante el año 2007, fruto del conocimiento y la experiencia de varios miembros del equipo en las tecnologías de la información y de la comunicación. Los estudios en Informática en la Universidad de Jaén y las propios e inquietudes dentro y fuera de la Universidad proyecta al personal de la empresa al mundo de la informática y las tecnologías.

Protección Digital se basa en el conocimiento de las leyes actuales de protección de datos y los conocimientos y experiencia en protección de sistemas informáticos. De forma paralela, se comienza a estudiar, analizar, especificar e implementar unas aplicaciones fundamentales para conseguir un nivel de seguridad pleno en la información de una empresa.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

- Auditorías de protección de datos.
- Aplicaciones web.
- Diseños exclusivos y tiendas virtuales.
- Optimización de recursos informáticos y redes de comunicaciones.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado abordado actualmente para algunos servicios, como la optimización de recursos informáticos y de redes o la digitalización certificada, es Jaén capital y localidades cercanas.

El servicio de auditoría LOPD y los productos online se tratan a nivel autonómico e incluso nacional.

Las tendencias demográficas en este sector y en los productos y servicios con los que trabajamos nos indican que están funcionando en grandes ciudades, donde las empresas que trabajan estos aspectos funcionan muy bien, y se van introduciendo de forma paulatina es ciudades más pequeñas.

Nuestros clientes potenciales son todo tipo de empresas, dado que la Protección de Datos afecta a todas estas empresas y el resto de nuestros servicios y productos se adecuan perfectamente a las pymes para mejorar su posición en el mercado.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

En el tiempo de funcionamiento de nuestra empresa estamos encontrando una ventaja fundamental: nuestros conocimientos de tecnología y nuestra experiencia está proporcionando a nuestros clientes unos productos y servicios muy profesionales y honrados. Y ésta es nuestra principal ventaja.

Sin llegar a comparar nuestros precios con los de otras empresas de la competencia, sí que estamos notando que en muchas empresas las cosas se han hecho mal o muy mal y que recuperar y trabajar bien con los clientes provoca un efecto llamada y recomendaciones, con un alto grado de compromiso con los clientes.

Nuestra experiencia previa en grandes empresas hace que encontremos soluciones fáciles y entendibles para nuestros clientes, y con un adecuado de trabajo/coste podemos afrontar soluciones para nuestros clientes a un coste competitivo.

Recreation Producciones

Miguel Ángel Galán Negrillo

c/ Doctor Federico del Castillo, s/n.
23005 Jaén.
Tlf. 670 051 881 / 953 313 566
E-mail: info@recreationproducciones.com

1 Descripción trayectoria de la empresa y promotores

Recreation Producciones S.L. nace a finales de 2008, pero en sólo unos meses ya cuenta en su haber con importantes trabajos desarrollados. Actualmente está inmerso en la coproducción de un cortometraje en 35mm con el País Vasco y tiene previstos 2 colaboraciones más.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Recreation Producciones S.L. se proyecta como una empresa de producción audiovisual y multimedia enfocada en cubrir las necesidades de comunicación de las entidades públicas y privadas. Servicios:
1.- DESARROLLO DE IMAGEN CORPORATIVA. Extrapolamos la forma de trabajar de la televisión al mundo de la empresa, creando así una fuerte imagen de marca.

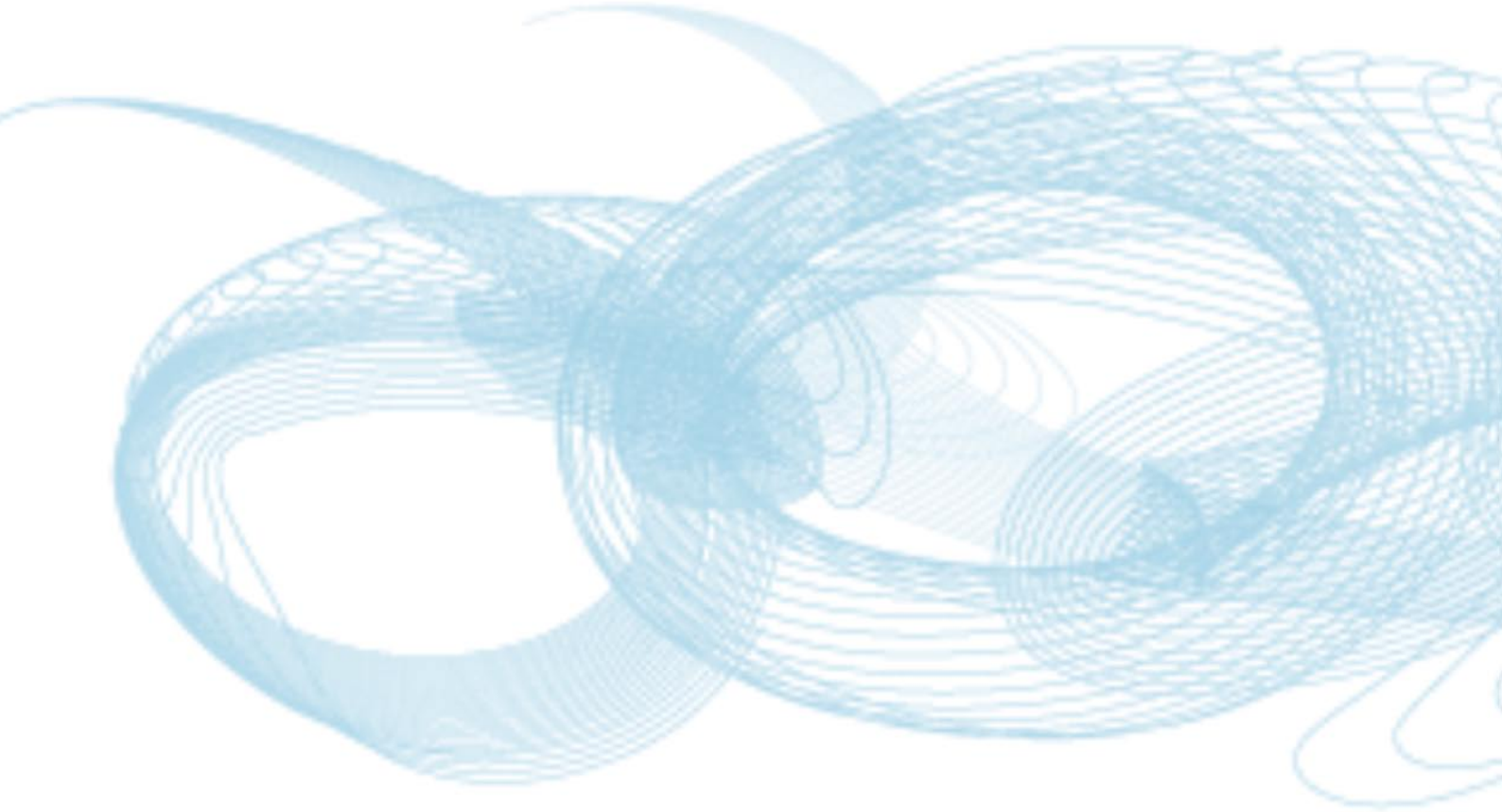
- MUNDO 3D: tenemos varías líneas de trabajo:
  - Infografía: diseño 2D/3D en general.
  - Infoarquitectura: realización de infografías de alta calidad de edificios, urbanizaciones, planes urbanísticos, etc. con integración en entornos reales, fotografía aérea, o video.
  - Museografía: diseño de logotipo, paneles y elementos expositivos, tales, como videos o visitas virtuales.
  - Modelado orgánico: realización de modelos 3D de mascotas, logotipos, etc.
  - Modelado 3D: modelamos objetos 3D para su uso en catálogos, campañas publicitarias, etc.
  - Planos 2D/3D: realización de planos de venta en 2d o 3D. Ideal para promotoras e inmobiliarias.
  - Animaciones: paseos virtuales, animación de objetos y personajes.
- CINE Y VIDEO:
  - Ficción: cortometrajes, largometrajes, series, etc.
  - Documental: documentales, docudramas, reportajes.
  - Animación.
  - Publicidad.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes son las organizaciones públicas y privadas que apuestan por una fuerte imagen de marca, además de las agencias de publicidad que desean subcontratar parte del desarrollo de sus trabajos.
En cuanto a nuestro perfil más independiente, las televisiones y empresas exhibidoras son nuestros clientes potenciales.

4 Innovación y/o valor diferencial frente a competidores

Nuestra forma de trabajar, desde el lienzo en blanco, es crear proyectos únicos y exclusivos para nuestros clientes. No necesitamos recurrir al “copy + paste”, muy utilizado en las empresas de diseño, nosotros disponemos de los recursos humanos que nos permiten huir de esta práctica tan difundida.
Además, el hecho de ser multidisciplinares nos permite la integración total en cuestión de imagen, (ilustración, diseño gráfico, animación 2D y 3D, video) dotando a nuestros trabajos de ese plus que los hace diferentes.
Estamos desarrollando productos, de base audiovisual, diferentes y con un alto valor añadido.



Modalidad III.
Ideas Basadas en el Conocimiento

1º Premio

Empresa de base biotecnológica para la obtención de colorantes naturales

Ruperto Bermejo Román

c/ Alfonso X El Sabio, nº 28.
23700 Linares (Jaén).
Tlf. 953 648 513 / Fax 953 648 506
E-mail: rbermejo@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

En la actualidad existe la tendencia de reemplazar los colorantes sintéticos por compuestos de origen natural (biocolorantes). Esto es debido a la existencia de numerosos estudios que indican que los colorantes sintéticos son potencialmente tóxicos, generando reacciones alérgicas en individuos susceptibles. Sin embargo, estos problemas no suelen aparecer cuando se utilizan biocolorantes. No obstante, el número de colorantes naturales y su gama de colores son escasos en relación a las necesidades existentes, por lo que la utilización de compuestos sintéticos sigue predominando.
Las biliproteínas son compuestos que forman parte de las microalgas y se utilizan en diversas aplicaciones biotecnológicas. Además, poseen colores muy intensos y atractivos que hacen que posean un elevado potencial de utilización como biocolorantes, pudiendo reemplazar a los tradicionales colorantes sintéticos. Así, se plantea el desarrollo de una empresa para la producción de biliproteínas a partir de microalgas marinas.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa enmarca sus actividades en el contexto biotecnológico, ya que suministrará al mercado nuevas biomoléculas con capacidad colorante. Aunque la principal aplicación es la de colorantes naturales alternativos, también se pueden vender en el mercado como reactivos químicos utilizables en diversos campos, tales como los de la bioquímica, biología y biomedicina.
Así, la empresa tendría como primer objetivo el cultivo de microalgas para disponer de la biomasa necesaria para la obtención, en segundo lugar, de los correspondientes biocolorantes que suministraría al mercado.

3 Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar es el compuesto por industrias principalmente de los sectores de alimentación y cosmética, pues utilizan grandes cantidades de colorantes como aditivos en sus productos finales de fabricación.
Hoy día son pocas las empresas que en sus productos finales de fabricación optan por la elección de aditivos naturales, debido al alto coste y escasez de los compuestos naturales. Por esto, no hay muchas empresas que vendan productos con aditivos como los biocolorantes, no existiendo empresas que se dediquen a la obtención a gran escala de biliproteínas procedentes de microalgas.
Por tanto, el sector empresarial que estaría interesado lo constituirían empresas de los sectores: alimentario (aperitivos, lácteos, zumos, snacks-chuches, etc), cosmético (sombras de ojos, barras de labios, marcadores de contornos, perfiladores, etc), químico (reactivos específicos: marcadores fluorescentes, citometría de flujo, etc.), biomédico y farmacéutico.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

Inicialmente se realizará una selección de diferentes microalgas que contengan biliproteínas para abordar la producción de las mismas. La metodología elegida es el cultivo en laboratorio, para luego pasar al cultivo externo en reactores de gran capacidad. La tecnología consta de dos etapas: los tratamientos previos y una posterior etapa cromatográfica de adsorción en lecho expandido (CALE). Inicialmente se utilizan columnas pequeñas para la optimización de variables de proceso, para pasar posteriormente al estudio de escalado.
En la actualidad se está desarrollando esta metodología, habiendo optimizado el proceso para diferentes microalgas, de las que se han obtenido diferentes colorantes, dos de los cuales han sido patentados. Estos resultados demuestran que es posible escalar la obtención de biocolorantes utilizando CALE.

Saratech Eficiencia Energética S.L.

Blas Ogayar Fernández
Juana María Pérez Marín

Campus de las Lagunillas s/n.
23071 Jaén.
Tlf. 671 561 427
E-mail: bogayar@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Debido a la creciente evolución en el consumo de energía para usos finales, a la excesiva dependencia de combustibles fósiles y al elevado impacto negativo del consumo de energía en el medio ambiente, SARATECH surge para poner a disposición de la sociedad una gama de servicios orientados al uso racional de la energía: ahorro y eficiencia energética (dos de los principales retos a los que se enfrenta la sociedad actual) y al aprovechamiento de fuentes de energía de origen renovable, centrándose fundamentalmente en la energía hidráulica.
La empresa desarrollará servicios de consultoría, gestión y divulgación en los campos del ahorro, la eficiencia energética y las energías renovables.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

SARATECH es una empresa que ofrecerá a sus clientes los siguientes servicios:

- Auditorias energéticas.
- Planes de optimización energética municipal (POEM).
- Planes de movilidad urbana sostenible (PMUS).
- Gestión de incentivos y búsqueda de financiación.
- Prediagnósticos y diagnósticos energéticos.
- Análisis de calidad de la red eléctrica.
- Estudios específicos.
- Asesoramiento en contratación de energía.
- Formación técnica y divulgación.
- Estudios de viabilidad para la recuperación de centrales minihidráulicas.
- Estudios de inventarios patrimoniales de centrales hidráulicas.

3 Mercado: clientes y competencia

El progresivo incremento de los costes de la energía y su influencia directa en la viabilidad de los procesos productivos está obligando a las empresas a adoptar estrategias de ahorro y eficiencia energética.
En el campo de la energía minihidráulica, su mercado será más amplio, contando con la posibilidad de operar a nivel nacional.
Los tipos de clientes a los que van a dirigirse los servicios pertenecen a tres grandes grupos:

- Administraciones públicas.
- Industria.
- Sector servicios.

En el campo de la energía minihidráulica, los clientes serán:

a) Los propietarios de centrales minihidráulicas y/o titulares de las concesiones.
b) La Administración Pública. No existe en Andalucía ninguna empresa privada que preste sus servicios en este ámbito. En el resto de España tan sólo hay dos empresas.

Sin embargo, en el campo del ahorro y la eficiencia energética, el número de empresas que ofrecen servicios similares a los que prestará SARATECH es mayor, girando en torno a la decena en el ámbito de la comunidad autónoma andaluza y triplicando esta cifra a nivel nacional.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

El conocimiento en que se sustenta la idea de negocio está basado en la experiencia acumulada en los distintos proyectos de investigación realizados, así como en la experiencia acumulada en las distintas actuaciones realizadas.
La empresa actualmente está en proceso de creación, como en Empresa de Base Tecnológica, con participación de la Universidad de Jaén.

3º Premio

Semiotrap S.L.

Santiago Sans Rivas

Avd. Andalucía.
23.700 Linares (Jaén).
Tlf. 652 083 510
E-mail: santiago@grupowpo.es

1 Descripción de la idea de negocio

Semiotrap S.L. parte de la visión de ser una apuesta firme por la creación de valor y riqueza para la sociedad, contribuyendo a la salud pública y a la preservación del medio ambiente, poniendo a disposición de la comunidad nuestros conocimientos, en continua evolución, sobre tecnologías aplicables a la agricultura ecológica y sostenible.
Buscamos la confianza de nuestros clientes, la realización de nuestro equipo humano y la rentabilidad para los accionistas que garantice nuestro futuro.
La misión de la empresa será suministrar a los agricultores una valiosa herramienta para el manejo integrado de las plagas, que presenta una alta selectividad y efectividad contra el insecto objetivo, nulo impacto ambiental y es compatible con otros sistemas de lucha biológica.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

El producto que vamos a comercializar básicamente se compone de tres elementos básicos: 1.- Un principio activo con actividad atrayente al insecto objetivo. 2.- Un dispositivo de emisión controlada del compuesto activo, apropiado a las características físico-químicas del producto natural y a la bioecología de la plaga de interés. 3.- Una trampa con diseño eficiente y coadyuvante adecuado para la captura y retención de las poblaciones de insectos perjudiciales.
En función de la plaga y del cultivo en el que vayamos a implementar la técnica de control, desarrollaremos diferentes tipos trampas cebadas.
La empresa no sólo se encargará de suministrar el producto sino que proveerá de un servicio completo de asesoramiento personalizado al agricultor, de seguimiento de la evolución de la plaga y de la efectividad del sistema en las explotaciones.
La innovación y evolución continua de nuestro sistema de control será uno de los pilares básicos para garantizar nuestra ventaja competitiva.

3 Mercado: clientes y competencia

Nuestros clientes son principalmente las explotaciones agrícolas y, en algunos casos, las forestales. El canal de acceso a los agricultores es relativamente sencillo, ya que se encuentran agrupados en cooperativas. Nuestra empresa contará con un equipo técnico comercial que se encargará de organizar reuniones comerciales y jornadas de visitas a explotaciones para asesoramiento y seguimiento de la evolución de los sistemas, empleando como canal a las cooperativas agrícolas principalmente. En cuanto a la competencia, actualmente no existe ninguna empresa en Andalucía suministrando este tipo de productos-servicios.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

La tecnología base para el desarrollo de Semiotrap es el control integral de plagas mediante el empleo de SEMIOQUÍMICOS (Feromonas). En la agricultura cada día está más limitado el empleo de productos fitosanitarios para el control de plagas tanto en la agricultura ecológica, como en la no ecológica, como en los cultivos bajo plástico, como en las zonas forestales. Las principales Ventajas los tratamientos de plagas mediante feromonas son: 1.- Las feromonas son totalmente inocuas para el hombre y los animales. 2.- Actúan específicamente. 3.- No afectan a los insectos predadores. 4.- Respetan el equilibrio biológico en los cultivos. 5.- No incorporan residuos tóxicos a los alimentos ni al medio ambiente. 6.- Es un sistema que no genera resistencia en las plagas. 7.- Ayudan a identificar plagas específicas informando de la gravedad de la infección, para poder tomar las medidas de control oportunas. 8.- Son compatibles con otros sistemas de lucha integrada o biológica.

Alerta Olivo

Sebastián Jarillo; Trinidad Alonso; Rosario Rodríguez; Mar López; María Teresa Martín; Luis Alfonso Ureña; Manuel García; Manuel Carlos Díaz; Miguel Ángel García; Fernando Martínez; Arturo Montejo y José Manuel Perea

Paraje Las Lagunillas s/n, Edificio B-2.
23071 Jaén.
Telf./Fax 953 212 531 / 953 212 543
E-mail: sjarrillo@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Implementación de un sistema de alertas mediante mensajes de correo electrónico y SMS a móviles sobre legislación, convocatorias, ayudas y subvenciones destinadas a empresas del sector oleícola que recojan de manera inmediata todo tipo de noticias de actualidad que puedan repercutir en la actividad económica y productiva de este sector.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Creación y mantenimiento de una página web que permita el contacto con los clientes.
El producto final ofertado es un sistema de alertas en dos vertientes: correo electrónico y SMS a móviles de contenido especializado en relación con el olivo (convocatorias, ayudas, encuentros, subvenciones, etc.).

3 Mercado: clientes y competencia

La base del negocio se sustenta en la gran cantidad de clientes potenciales con necesidades de información especializada sobre el sector olivarero que no encuentran respuesta en el mercado actual de empresas de información.
Las alertas estarían abiertas a todo tipo de usuarios sin ninguna restricción. No obstante, este servicio se diseñaría principalmente para el sector productivo del aceite de oliva (medianas y pequeñas empresas, gestores y federaciones de cooperativas, asociaciones agrarias, etc).
La ventaja de nuestra empresa frente a la competencia se basa en la especialización de la información y en la inmediatez de la respuesta ofrecida al cliente. En ningún caso el tiempo de respuesta superaría las 24 horas desde su producción.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

La naturaleza de la empresa sería virtual, siendo este medio el natural en la relación con el cliente. Para conseguir nuestra finalidad utilizaríamos la tecnología de recuperación y tratamiento de información consistente en la transformación de los formatos de partida (html y pdf principalmente) en referencias bibliográficas que describan sucintamente la información, así como la realización del enlace a los textos completos en PDF de las normas, noticias o convocatorias. Para ello se desarrollaría una arquitectura fuertemente basada en la experiencia investigadora del equipo de trabajo en el dominio del Procesamiento del Lenguaje Natural, junto con tecnologías web de última generación (web dinámica, componentes AJAX y otras).
El proyecto se encuentra en la fase de idea, no existiendo hasta el momento ningún plan de empresa, si bien el conocimiento en el que se sustenta es muy sólido y la tecnología necesaria para su desarrollo es económicamente viable, no existiendo necesidad de realizar una inversión muy importante en hardware ni software.

Otîum

Arturo Montejo Ráez
Juan de Dios Carrión Jiménez
Alberto Sánchez Fernández

Universidad de Jaén. Las Lagunillas s/n.
23071 Jaén
Tlf. 953 212 882 / Fax 953 212 472
E-mail: amontejo@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

La empresa se encargaría del desarrollo, explotación y mantenimiento de sistemas web para la planificación de actividades turísticas y de ocio en la actual sociedad de la información y el conocimiento. Es una empresa fuertemente basada en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para ofrecer un servicio novedoso dentro del sector turístico.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

Las actividades desarrolladas y los servicios ofrecidos por la empresa serían, principalmente:

1. Desarrollo de sistemas web de planificación turística que permitan a los usuarios generar planes de ocio y visita a partir de eventos y puntos de interés en permanente actualización.
2. Mantenimiento y alimentación de la base de datos de eventos y puntos de interés a partir de la captura de la información en la red.
3. Explotación de los servicios ofrecidos a usuarios concretos como intermediario en la contratación de paquetes turísticos u otros servicios (entradas, reservas en restaurantes y hoteles...).

Dentro de los productos ofertados podemos encontrar:

1. Sistema web de planificación turística.
2. Red social de intercambio de opiniones y experiencias.
3. Personalización del sistema de planificación a eventos concretos bajo demanda (jornadas especiales en determinadas ciudades, como "La Noche en Blanco" en Madrid, jornadas árabes en Jaén, ferias y fiestas de cada municipio, etc.).

3 Mercado: clientes y competencia

El plan de negocio se basaría en la publicidad por referidos, es decir, sólo se generan ganancias cuando el usuario realiza ciertas acciones en las páginas asociadas. Dichas acciones suelen ser registros o ventas y se llaman en el argot publicitario "conversiones". Los registros suelen dar una cantidad fija de dinero, oscilando entre 1€ y 10€. Las ventas son las que más comisión dan.

Tipos de usuarios potenciales:

- Jóvenes entre 18 y 30 años: Se trata de un colectivo de personas jóvenes con o sin pareja pero no casadas. Están familiarizados con las nuevas tecnologías. Suelen planificar y reservar los viajes a través de internet. Su poder adquisitivo es bajo o medio. Suelen realizar viajes cortos y en grupos de varias personas. Disponen de mucho tiempo libre.
- Parejas jóvenes sin hijos: Suelen ser parejas recién casadas que acaban de independizarse. Están familiarizadas con internet. No tienen hijos por lo que no tienen problemas a la hora de elegir el destino del viaje. Su poder adquisitivo es medio alto. Suelen realizar viajes en períodos vacacionales. Suelen realizar los viajes solos o con otras parejas. Disponen de poco tiempo libre.
- Familias con hijos pequeños: Son el colectivo más numeroso y rentable. Son familias de tres o más miembros. Su poder adquisitivo suele ser medio-alto. Planifican viajes a destinos muy turísticos y en fecha muy concretas, por lo que son muy predecibles y susceptibles a ofertas promocionales. Suelen viajar juntos todos los miembros de la familia.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

Este proyecto se basa en el uso de dos aspectos que hacen sólido su posicionamiento en el mercado:

1. Conocimiento en el que se basa el proyecto:
- Técnicas avanzadas en sistemas de recomendación.
- La captura de información sustentada sobre algoritmos para el procesamiento del lenguaje natural (PLN).

2. Tecnologías web avanzadas (tecnología Javascript, Ajax, servicios web, modelos MVC, etc.). Actualmente nos encontramos en el segundo año de desarrollo de un proyecto de investigación subvencionado por la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. El fin de este proyecto es el de construir un prototipo funcional del sistema propuesto.

Recursos botánicos en la provincia de Jaén

Fátima Aguilera; Mª Inmaculada Grande; Mª Lucía Lendínez; Francisco M. Marchal; Elena Montejo; Juan Quesada; Luis Ruiz; Carlos Salazar

Tlf. 616 36 69 09
E-mail: faguiler@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Recursos botánicos en la provincia de Jaén: conservación, aprovechamiento y desarrollo económico sostenible. La provincia de Jaén cuenta con formaciones vegetales características del monte mediterráneo, albergando riqueza botánica y zoológica en sus sierras, parques naturales, reservas biológicas y parques periurbanos, que ofrecen recursos naturales que pueden y deben ser aprovechados de forma sostenible con el fin de permitir un desarrollo económico y social. Dentro de estos recursos podemos destacar la madera, el corcho, la riqueza micológica, la apicultura o la obtención de aceites naturales.
La idea de empresa pretende enseñar a identificar y a utilizar de manera sostenible los recursos botánicos que ofrece la provincia de Jaén de mano de expertos que conocen la vegetación de dicha provincia y que trabajan día a día tanto en investigación (cultivo del olivar, palinología, geobotánica, estudios de vegetación halófila y de riberas, etc) como en docencia.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La empresa ofrecería servicios a la población que se podrían englobar en 3 bloques:

A) Aulas de formación: ■ Cursos de formación para adultos ■ Talleres de formación para estudiantes

B) Patrimonio cultural-natural: ecoturismo
Esta empresa ofrecería la oportunidad de conocer el patrimonio cultural y artístico englobado en los diferentes espacios naturales de Jaén con la colaboración de personal especializado en arte y ciencias humanísticas. Estos servicios podrían prestarse a agencias de viajes, colegios o, incluso, a eventos realizados en el Recinto Provincial de Ferias y Congresos de Jaén en forma de rutas culturales y gastronómicas.

C) Investigación e innovación: centro experimental de propagación vegetal.
La flora andaluza cuenta con aproximadamente 4.000 taxones entre los que se encuentran especies amenazadas y endémicas. La creación de un centro experimental de propagación vegetal podría utilizarse para la conservación de especies vegetales mediterráneas, suministro de plántulas, etc.

3 Mercado: clientes y competencia

La idea de empresa aquí mostrada va dirigida principalmente a tres núcleos de la sociedad:
- Sociedad Rural y de áreas de influencia de los Parques Naturales.
- Estudiantes: principalmente estudiantes de primaria y de la E.S.O.
- Empresas organizadoras de viajes y eventos de carácter turístico y divulgativo.

La novedad de la empresa radica principalmente en la oferta de cursos de aprendizaje específicos impartidos por personal experto y en la creación de un centro experimental de propagación vegetal en el que se realizarían múltiples labores que contribuirían a paliar la escasez existente actualmente en este tipo de instalaciones.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

El proyecto de empresa aquí presentado es una idea sobre la que podría sustentarse una empresa con posibilidades reales de éxito, ya que trata temas necesarios en la actualidad dirigidos a núcleos de la sociedad que engloban a gran parte de la población, como es el caso del sector de estudiantes. Además, esta idea supondría una posible salida profesional para un sector con grandes dificultades para incorporarse al mundo laboral: el sector del personal investigador en formación.

RedOliva.com

Juan Manuel Maqueira Marín

Tlf. 953 648 571
E-mail: maqueira@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

La empresa que se pretende crear es una empresa basada en el conocimiento que, principalmente, persigue la agregación de oferta del aceite de oliva virgen extra procedente de la provincia de Jaén y la comercialización de dicha oferta a través de Internet.
Se trata de aprovechar conocimiento acumulado por el equipo multidisciplinar promotor de la idea de negocio, a partir de numerosos proyectos de investigación en los que han participado sus integrantes en sus parcelas de saber. La aplicación práctica de dicho conocimiento se sustenta, en primer lugar, en el área de Telemática. Los promotores procedentes de esta área aportarán el conocimiento y saber acumulado en la investigación y utilización de las técnicas más modernas necesarias para implantar, de una forma eficaz, proyectos de comercio electrónico.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad de comercialización se podría plantear dejando a las cooperativas de pequeño tamaño que continúen dedicándose a lo que realmente saben hacer: la producción de un aceite de excepcional calidad, y encauzando la nueva actividad comercializadora a través de una nueva entidad, donde las cooperativas tengan un papel importante.
La nueva empresa surgiría como un modelo de red de cooperación, donde un número significativo de cooperativas productoras, junto con la posible incorporación de una envasadora intensiva en economías de escala y con capacidad ociosa, entrarán a formar parte, junto a otros socios, de una nueva entidad que verá la luz para la comercialización del aceite producido y envasado bajo una marca propia, para venta por Internet a través de una tienda virtual propia
Al proceder a la comercialización mediante marca única, la nueva empresa proporciona un servicio novedoso a las cooperativas jienenses: la agregación de oferta, y la posibilidad de concentrar esfuerzos de marketing en dicha marca, y no distribuir los esfuerzos en una gran cantidad de marcas distintas.

3 Mercado: clientes y competencia

La nueva empresa deberá dirigir su oferta de productos hacia el consumidor final, bien el consumidor doméstico de unidad familiar, o bien empresas que compren el producto actuando como eslabón final de la cadena y por tanto como consumidores finales, tal es el caso de pequeñas empresas de restauración y empresas de hostelería de mayor tamaño.
En la venta de aceite de oliva existe presencia en Internet de las grandes empresas comercializadoras (Carbonell, La Masia, Coosur, Óleo Martos, Koipe, Mueloliva, Torres, Ybarra, Borges Pont, Aceites de Sur, etc.), pero la mayoría de estas webs son sólo informativas y no transaccionales, no realizan comercio electrónico.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

No existe en la actualidad un modelo de negocio similar al que se propone en nuestra iniciativa. RedOliva.com, aporta diversas innovaciones: ■ La configuración de cooperativas productoras de aceite de oliva virgen extra como una red de empresas que colaboran para conseguir una gran oferta. ■ Proporciona a las cooperativas un canal adicional de comercialización del aceite de oliva virgen extra envasado. ■ Establecer un portal vertical para el sector del aceite de oliva en el que se incorpore gran cantidad de información interesante para el sector. ■ La forma de venta, mediante Tienda Virtual constituye también un servicio innovador. ■ La forma de producir constituye una innovación en proceso, ya que serán las propias cooperativas las que preparen el producto homogéneo según los formatos e imagen establecidas por RedOliva.com ■ Otra innovación en proceso es la venta mediante marca única.

Ujagrid

Antonio Javier Sánchez Santiago

Alfonso X, el Sabio, 28
Linares (Jaén).
Tlf. 953 648 630
E-mail: ajsantia@ujaen.es

1 Descripción de la idea de negocio

Con diferencia, el recurso peor explotado de una organización son sus ordenadores. En 2004, IDC Tecnología llegaba a la conclusión de que la media de utilización de las plataformas de servidor basadas en procesadores x86 era sólo del 15%. Sin influir en su uso habitual, y mientras se realiza cualquier tarea, todo el excedente de capacidad computacional puede aprovecharse para realizar otros procesos. La idea consiste en agregar todos los recursos disponibles de una organización, independientemente de su localización o características específicas, para colaborar en la realización de dichos procesos. Esta nueva tecnología se ha definido como Grid.
Esta capacidad de computación se puede intercambiar con otras organizaciones, ser usada por la propia organización o cobrar por su uso a terceros. Para obtener ésta alta capacidad de computación, necesitamos llegar a un acuerdo con una empresa que tenga un gran número de recursos informáticos, como puede ser la Universidad de Jaén, para luego vender el uso de estos recursos a una tercera empresa que necesite una gran capacidad de cómputo.

2 Actividades y productos y/o servicios prestados

La actividad fundamental de la empresa consiste en agregar los recursos informáticos de una organización para ser usados como un supercomputador distribuido, de manera que toda esta capacidad de proceso y de almacenamiento pueda ser vendida.
Hay cuatro tipos básicos de Grids:

- Grid Computacional: hace referencia a la potencia de proceso agregada procedente de la utilización de un conjunto de sistemas distribuidos.
- Data Grid: hace referencia a la necesaria existencia de una arquitectura de datos que integre las distintas arquitecturas existentes
- Utility computing: en el Utility Computing será posible proporcionar el suministro de capacidades computacionales de forma similar a como se ofrecen otros servicios públicos.
- Utility Grid: así, mientras que un sistema de Utility Computing proporciona, desde una fuente externa, las capacidades computacionales demandadas por las empresas que pagarán por el uso de los recursos que adquieren, un sistema de Utility Grid permitirá además la participación de empresas y usuarios en dicho sistema.

En una primera fase del proyecto los servicios que ofrecería nuestra empresa será un grid de tipo utility computing, pasando en fases posteriores del proyecto a ofertar el resto de tipos de grid.

3 Mercado: clientes y competencia

La cartera de posibles clientes de nuestra organización abarca un abanico de campos muy variado: Telecomunicaciones, finanzas, gobiernos, petróleo y energía.
La competencia directa es la computación centralizada basada en clusters o supercomputadores.

4 Tecnología o conocimiento en que se sustenta la idea de negocio y grado de desarrollo del proyecto empresarial

La tecnología en la que se basa el proyecto es denominada Grid. A día de hoy existe un software de código abierto, Globus Toolkit, que proporciona los elementos necesarios de seguridad, gestión de recursos, índice de recursos, gestión de datos y funciones de comunicación para ésta tecnología. Globus ToolKit: es una colección de componentes software open source y open architecture diseñados para soportar el desarrollo de aplicaciones de alto rendimiento sobre entornos distribuidos Grid.

Relación de todos los participantes

Emprendedores participantes

Modalidad I. Banco de ideas (FACSOC-Emprende)

	Premio	Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
PREMIADOS	1º Premio	Oil Brik	Piedad María Limón Villarejo	12
	2º Premio	Tecno-Espacio	María José Vargas Gómez Beatriz Díaz Flores	13
	3º Premio	IngenioSalud S.L.	María Jesús Moreno Cámara	14
	Accésit	Energanic S.L.	Gema Oliver Gámez	15
	Accésit	Hapthai, Visitas Adaptadas S.L.	José María Mesbailer Navarro José Antonio Crespo García	16
	Accésit	InflorJaén	Nuria González Cobaleda	17
	Accésit	Tecnored	Luz Aragón Serrano	18

Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
Acércate	María Chaves Martínez	19
Aime (Agencia Internacional de Métodos de Enseñanza)	Antonio Jesús Morales Suárez Emilio Miguel Martos Jiménez	20
Alojamientos Naturales	Juan Puertas Pelegrín	21
Amparec	Bayron Enrique Vargas Londoño	22
AnMar Servicios Sociales	María del Carmen Delgado Galán	23
Asesoría Social Complementaria	María Martínez Moya	*
Ask me!	Irene Castro Morente	*
Becaso Consulting S.L.	Soledad Rosales Soriano Carolina Díaz Roldán	*
Bioalmazara Tolón	María de la Luz Tolón Gónzalez	*
Biodiésel Andalucía	Sergio Antonio Martínez Amores	24
Biolivasa (Planta de biomasa)	Ángela García Díaz Cristóbal García Díaz	25
Biored (Servicio de distribución de residuos del sector oleícola)	Rocío Martínez Barrero	26
Bolsanova S.L.	Consuelo Córdoba Cádiz	27
Bufete de optimización y ayuda empresarial	Ricardo García Ruiviejo	*
Buscador de Material Deportivo (BmD)	José Carlos Gámez Campos Nuria González Cobaleda Eva María Luque Caño	28
Canlansu	Rui Ma	*
Carisma	Mercedes María Lentisco Martínez	29
Central de envasado de aceite y de gestión de residuos energéticamente autosuficiente	Tomás Carmona Franco Joaquín Cabrera López-Obregón Alberto Javier Garrido Checa	30
Centrales productoras de energía eléctrica a partir del olivo	José Luis Serrano Hermoso	31
Centro de actividades Giennensis	Ana Belén Mudarra Fernández	*
Centro de día de rehabilitación neuropsicológica	Marta Abad Rubio Miguel Espejo de Rus María Campos Villarreal Macarena Quesada Arcilla	32
Centro de discapacitados FAM S.L.	Ángela Márquez Vivar Francisca Manzanares Sánchez María Dolores Moreno Sánchez	33

Emprendedores participantes

Modalidad I. Banco de ideas (FACSOC-Emprende)

Centro de Educación Sociosanitaria	Cristina Coronel Sánchez	34
Centro hospitalario LAMAR [Unidad especializada en trastornos de la conducta alimentaria (anorexia y bulimia)]	Laura Carrillo Martínez	*
Centro Socio-Cultural Solidario	Inmaculada Martínez Martínez Laura Martínez Martínez	35
Classpartics S.L.	Beatriz Armenteros Ortiz	36
Consultoría de viajes	Carla Marano Marcolini	
Contenac (Contenedores Accesibles)	Manuela García Lorite	37
Control Informatizado de Plazas de Parking	Cristina Carmona Barranco	*
Decorartista	Joaquín Darío Gómez Villén	38
Diraya	Gema Sánchez Ballesteros	39
Diseña Web	Mª Leticia Lara Palomino	40
Diseño, fabricación y venta de aparatos de gimnasia	José Manuel García Ruiz	41
Diseño y comercialización de un router gestor de descargas	Israel Choque Gutiérrez	42
Diseño y comercialización de un router híbrido PLC + wifi	Israel Choque Gutiérrez	43
Diseño y fabricación de un cepillo de dientes con pasta dentrífica incorporada	Francisco Félix Vicent Fuentes	*
Dolorterapia S.L.	Luisa María Alonso Maroto	44
DomoJaén	Francisco Garzón Gasco	45
Domótica y robótica para el hogar	Jesús Puertas Martínez	46
Dotación de instalación fotovoltaica en grúas para funcionamiento autónomo	Ernesto Ortega Sillero	47
Ecoenergis S.L.	José Manuel Rica Alarcón	48
Econetic (Acondicionamiento ecológico y energético para el hogar y la empresa)	Antonio Pareja Nieto	49
EfiControl Electric	Juan Enrique Garrido Ruiz	50
Empresa instaladora de regadíos con energías renovables	Juan Antonio Parrilla González	51
Envasadora de aceite	Melisa Ocaña Santiago Juan Molina Valdés	52
Escuela de Formadores en Higiene Ambiental	Ana Carolina Robles Carvajal	53
Exportación de aceite de oliva a países nórdicos	Paz Luque Torres	*
Extrusión e Inyección S.C.A.	Silvia Fernández Ortega	54
Fábrica de bicicletas a medida artesanales	Francisco Javier Jiménez Romero	
Fabricación e instalación de células fotovoltaicas	Manuel Jesús López Cruz	*
Factor Deporte S.L.L. (Deporte y aventura)	María Catalina Candelas Martín-Albo	55
Fregafácil	María Elvira Muriana Plaza	56
General Solutions	Sara Córdoba Muñoz	*
Geotopo S.L.	Tamara Ruiz Martínez	57
Gestión digital del tráfico urbano	Francisco Javier Barbero León	58
Help	Ramón García Moral Ana García Moral	*
Hotel Aventura	Antonio Cobo Ortega	59
Infotec-Olea	Sara Casado Casado	60
Innovatec Information S.L.	Luis Francisco Rubio Pastor	61
Instalaciones de energías renovables y tratamiento de aguas	Andrés Sánchez Gámez	62
Integralia on-line	María José Gutiérrez Ortiz Mª Luz Pavón Martínez	63

Emprendedores participantes

Modalidad I. Banco de ideas (FACSOC-Emprende)

IntelPark3000	Carlos Chiquero Barranco	64
InterJaén S.L.	Carmen Carrasco García	65
Internet como marco de aplicaciones	Pablo Montero Espinar	*
ISP Wireless	Emilio Pericet Grande	*
La brújula	Álvaro Fernández Díaz Irene Robles Ruiz Virginia Fernández Díaz	*
La pecera	José Ángel Sánchez Morillas	*
Laboratorio y Consultora Ecolivar	Mª Ángeles Peña Anguita	66
Las nuevas cabinas multimedia	Álvaro Mulero Mulero	*
Lavadero de vehículos asociado o perteneciente a un centro comercial	Antonio J. Romero Torrente	*
Lingu@tic	Leticia Valdivia Mesa	*
Luz Propia	Fátima Izquierdo Anguita	67
Mejora del proceso de fabricación de cubitos de hielo	Manuel García Bouzas	68
Metaenergetic	Julio Beltrán Ortega Rocío Galindo Dengra Lidia Godoy Parra Laura Coca Liñán	*
Miel de Luna	Rebeca Fernández Zabala Rosa María Zabala Ordóñez	69
Muev: (te	Domingo Megía Planet María de la Soledad Delgado Araque	*
Mundiglobal	Laura López Almansa	70
Naturoil	Lucía Jaén Martos	*
Nuevas aplicaciones del vuelo por control remoto	Joaquín Muñoz-Cobo Belart	*
NutryTecnosportsCENTER	Carlos Chiquero Barranco	71
Ocio Alternativo La Meseta	Alberto Lopez Cazalilla Jorge Torres Montijano	72
Ocixauen (Xauen, una mirada atrás un paso hacia delante)	Lidia Cruz Gutiérrez	73
Oro Andaluz	Dolores Moral Gadeo	74
Parque de aventuras	José Ramón Gámez Murcia Isabel María Martínez Martos	*
Peine con agua	David Molina Muñoz	*
Pinmar S.L.	Manuela Álvarez Romero Pilar Cabrera León Inmaculada Barriga Gámez Rafaela Rey García	*
Placas solares térmicas y fotovoltaicas	Alejandro García Caro	*
Plan de ahorro ecológico empresarial	María Teresa Rodríguez García José Luis Molina Sánchez	76
Planta de producción semicontinua de biodiésel	María Francisca Ruz Ruiz	77
Populus (Asesoramiento sociocultural)	Ángela Arjonilla Bueno	*
Préstamos p2p y entidades de dinero electrónico	Domingo Javier González López	*
Publicidad vertical	Manuel Francisco Heras Rodríguez Manuel de la Cruz Seguí	*
Proyecto Puente	Jaime Ruiz Canales	*

Emprendedores participantes

Modalidad I. Banco de ideas (FACSOC-Emprende)

Quiero Cultura	Rosa María Ruiz Arroyo	78
Realización de proyectos basados en el sector eléctrico y ahorro energético	Miguel Ángel Cantudo Franco	*
RAC Centro de español para extranjeros S.L.U.	Rocío Arjona Carpio	79
Reciclajes-cauchos	Antonio José Martos Martínez	*
Regalix S.L.	Rocío Anguita Palomino	*
Rural - Terapia	Nuria Rodríguez Civantos María Dolores Merino Durillo Silvia Panadero Muñoz	*
S.O.I. (Sistemas Operacionales Inteligentes)	Fernando Parrilla Hernán Ana Belén Parrilla Hernán	*
Sepeti	Mercedes Ochando Fresneda	80
Servicio de Gestión de Control Alimenticio y Actividades Deportivas	José Antonio Huertas Herrador Manuel Herrador Colmenero	*
Servicios de jardinería a domicilio mediante rotación de plantas vivas	José Ángel Linares Soler	*
Sóleo	José Rufino Cosano Mañas	81
Soluciones Integrales RFID	Julio Sáez Barragán	82
Teleasistencia	José Andrés Moreno Aguayo	*
Transformación energética	Carlos Franco García	83
T-reciclo	Candela Fuentes Merino	84
Tu cine en casa S.L.	Antonio Vicente Medina Viruel	85
Turismo para todos	Rosa González González	86
v2 - Aceite de Oliva	Carlos Castilla Ruiz	87
Vista Móvil	María Dolores González Serrano	88
Web innovadora	Álvaro Gálvez Navarrete	*
Web de turismo basada en el vídeo	Tomás Manzano Lara	89
Wikigalo.Com	José Antonio Cuenca Caño Javier Alba Guerrero	90
Yo me ocupo	Marta Martos Molina	91

* Autores que no han colaborado en la publicación.

Emprendedores participantes

Modalidad II. Realidad empresarial

	Premio	Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
PREMIADOS	1º Premio	Indesat Avsts	Fernando Martínez Padilla Luis Linares Domene Francisco Fernández Herrera	94
	2º Premio	Archivalia Sociedad Cooperativa Andaluza	Mª Lucía Latorre Cano Gema Cobo Hervás Marina Sanchez Ortega Salomé Lendínez Ramírez	95
	3º Premio	Desarrollos Tecnológicos Intelec S.L.	Antonio Ruano Quesada	96
	Accésit	Akanto - Diseño y gestión de museos	Carlos Javier Fernández Rodríguez	97
	Accésit	Oleo-Cata Xauen, S.L.L	María Isabel Simón Ocaña	98

Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
A.D. Andalucía	J.A. Pérez A. Lara D. Miranda M. Miranda	99
Cinde Consultores	Ramón García Giménez	100
English™	Joaquín M. Cruz Trapero María D. Gallardo Zafra	101
Estética & Spa	Dolores Moral Gadeo	102
Formaempresa Sur. Academia de formación continua	Nuria Cocera Zafra	103
Liviprod Producciones Audiovisuales S.L.	Manuel J. Palacios Domínguez	104
Mengisoft Sociedad Cooperativa Andaluza	Francisco Jesús Martínez Mimbrera Miguel Ángel López Medina Jose García López Antonio Moral del Martínez	105
Neum Consultores. Investigación de mercados y marketing	Verónica Toniolli Silva Marina Pilar Menor García	106
Ordytel comunicaciones S.L.	Vicente Mellado Gutiérrez	107
Prodamed S.L. Gestión integral de residuos	Luis García Díaz	108
Protección Digital S.L.	Blanca Campillo Martínez	109
Recreation Producciones S.L.	Miguel Ángel Galán Negrillo	110

Emprendedores participantes

Modalidad III. Ideas basadas en el conicimiento

	Premio	Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
PREMIADOS	1º Premio	Empresa de base biotecnológica para la obtención de colorantes naturales	Ruperto Bermejo Román	114
	2º Premio	Saratech Eficiencia Energética S.L.	Blas Ogáyar Fernández Juana Pérez Marín	115
	3º Premio	Semiotrap S.L.	Santiago Sans Rivas	116

Título del proyecto	Nombre de la persona responsable	
Alerta Olivo	Sebastián Jarillo Trinidad Alonso Rosario Rodríguez Mar López María Teresa Martín Luis Alfonso Ureña Manuel García Manuel Carlos Díaz Miguel Ángel García Fernando Martínez Arturo Montejo José Manuel Perea	117
Otîum	Arturo Montejo Ráez Juan de Dios Carrión Jiménez Alberto Sánchez Fernández	118
Recursos botánicos de la provincia de Jaén	Fátima Aguilera Padilla Mª Inmaculada Grande Mª Lucía Lendínez Francisco M. Marchal Elena Montejo Juan Quesada Luis Ruiz Carlos Salazar	119
RedOliva.com	Juan Manuel Maqueira Marín	120
Resecar-Sport S.L.	Amador Lara Sánchez	
Ujagrid	Antonio Javier Sánchez Santiago	121

UNIVERSIDAD DE JAÉN

www.ujaen.es

geolit
Parque Científico - Tecnológico

www.geolit.es

Con el apoyo de:
activajaén
tu compromiso