



# Emprendimiento, Autoempleo y Empresa Familiar

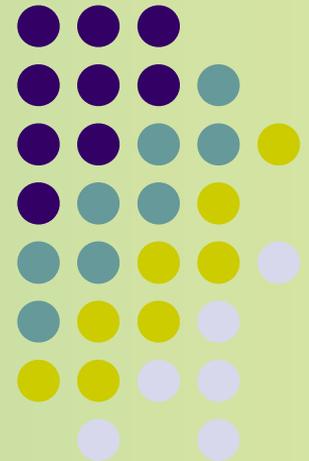
**Emilio Pedro Palomar Joyanes.**

epalomar@economistas.org

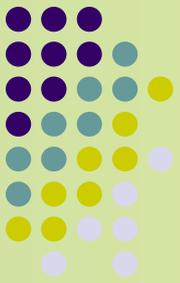
@e\_palomar

14 de Abril de 2015

[es.linkedin.com/in/emiliopalomar/](https://es.linkedin.com/in/emiliopalomar/)

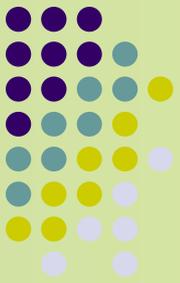


# Objetivos.



- Transmitir “mi” realidad empresarial y profesional.
- Introduciros en la problemática de la empresa familiar.
- Problemática del empresario-Autónomo.
- Ventajas de la empresa familiar y del empresario.
- Inconvenientes de la empresa familiar y del empresario.

# Índice.



1. Introducción
2. Opciones tras la universidad.
3. Lo que me encuentro cuando llego a la empresa familiar.
4. Evolución de la empresa.
5. Análisis desde el punto de vista de la gestión de la empresa familiar.
6. Reestructuración Empresarial.
7. Análisis del concepto de fracaso empresarial.
8. Situación Actual.
9. Tertulia y despedida.

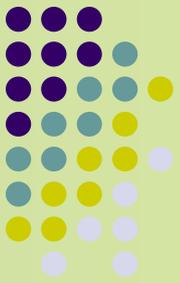


# Dirección en Granada.

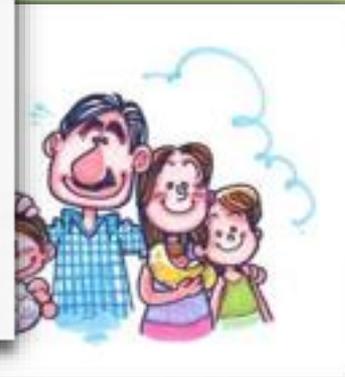
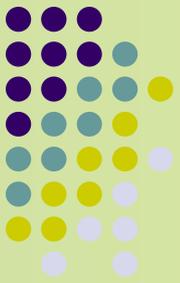
- Polígono industrial de ASEGRA,  
Avenida de Asegra, Peligros.  
Granada



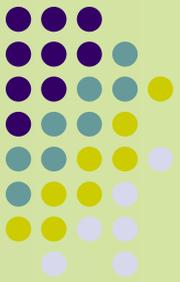
# Exposición técnica.



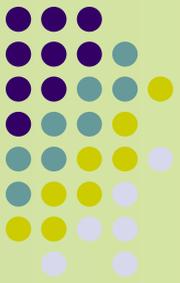
## 2.Opciones tras la universidad



### 3. Que me encuentro.



1. Empresa dedicada a la venta al por mayor de materiales de construcción, distribuidora sin exclusividad de fabricantes azulejeros que vendía a tiendas al público.
2. Almacén en Granada, Jaen y Málaga (sociedad con otros socios).
3. Administración y contabilidad deficientes.
4. Sin contratos con proveedores ni clientes.
5. Ninguna capacidad de negociación.
6. Mercado en caída por el acceso de los pequeños almacenes a los fabricantes (globalización).



# 3.1 Diversificar. (1)

1. Diversificamos en producto para nuestros clientes tradicionales.





## 3.1 Diversificar. (2)

2. Diversificamos en mercado con nuevas marcas.





# 3.1 Diversificar. (3)

3. Diversificamos en mercado a nuevos clientes.



**Distribución Tradicional**



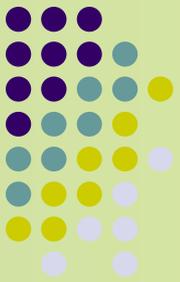
**Cliente Particular**



**Obras.**



**Arquitecto.  
Decorador.**



# 3.1 Diversificar. (4)

4. Diversificamos en nuevas zonas geografias.



**Granada, Jaen,  
Málaga**(R.Gualdahorce)



**Antequera**

**Granada, Jaen.**



## 3.2 Socios.

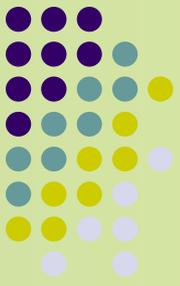
- Diferencias.

1. Mentalidad joven vs Mentalidad tradicional.
2. Acomodados al trabajo tradicional.
3. Sin ganas de iniciar nuevas “aventuras” empresariales.
4. Confiados en su “historia”.

**Venta de nuestras participaciones y abandono del proyecto de Málaga**



## 3.3 Administración y Contabilidad.



- Deficiencias y acciones.

1. Al empresario le da “alergia los papeles”. → Delega en “Alguien”
2. Reviso la contabilidad y se revisó los sistemas administrativos.
3. Descubrimos que el responsable de Jaen estaba “robando”.
4. Cambiamos completamente el sistema informático para permitirnos.
  1. Controlará el Stock.
  2. Controlar las ventas.
  3. Controlar el pendiente de cobro.
  4. Controlar las facturas de compra.
  5. Controlar los vencimientos de pago.

## 3.4 Proveedores y Clientes (1).



- Sin contrato con los Proveedores.
  1. “Preso del sistema”, fracaso absoluto.
  2. Los fabricantes están anquilosados y tradicionalmente han trabajado con una estrategia de “tierra quemada”.
  3. Buscamos otro tipo de proveedores de importación más “serios”.
  4. Recientemente nos hemos incorporado a la familia ROCA.
  5. Sigue siendo un aspecto muy preocupante del sector.

## 3.4 Proveedores y Clientes (2).

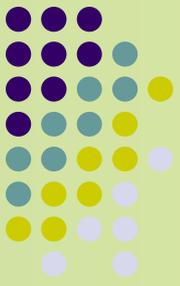


- Situación de los clientes tradicionales.
  1. Comienzan a trabajar con fabricantes directamente.
  2. El fabricante se salta la cadena de distribución.
  3. Nos exigen un servicio excepcional (entregas inmediatas) a precios de fábrica.
  4. Muy exigentes con las devoluciones de material.
  5. Muy exigentes con las garantías de los productos.
  6. POCO INTERÉS EN ESTE MERCADO.

## 3.4 Proveedores y Clientes (3).

- Situación de los clientes Nuevos (particulares).
  1. Ningún conocimiento del particular.
  2. Nuestras exposiciones tienen producto “diferente” para no hacer competencia al cliente tradicional.
  3. Ningún conocimiento de marketing.





## 3.4 Proveedores y Clientes (4).

- Situación de los clientes Nuevos (Profesional y Constructor).
  1. Ningún conocimiento de Profesional (buscar base de datos).
    1. Visitas comerciales a los despachos técnicos y charlas en la facultad de arquitectura.
  2. Ningún conocimiento del constructor.
    1. ¿Certificación de obra?
    2. ¿proyecto?
    3. ¿quién compra en una promoción?

## 3.5. Ninguna capacidad de negociación.



1. “Preso del sistema”, fracaso absoluto.
2. Mis proveedores son más fuertes que yo, yo los necesito, ellos no me necesitan.
3. Mis clientes de distribución tienen otras alternativas.
4. Mis clientes de obras son mucho más fuertes.
5. Estoy atrapado en la mitad, efecto “Sandwich”.
6. Nos centramos :
  1. Clientes particulares y decoradores.
  2. Productos exclusivos.

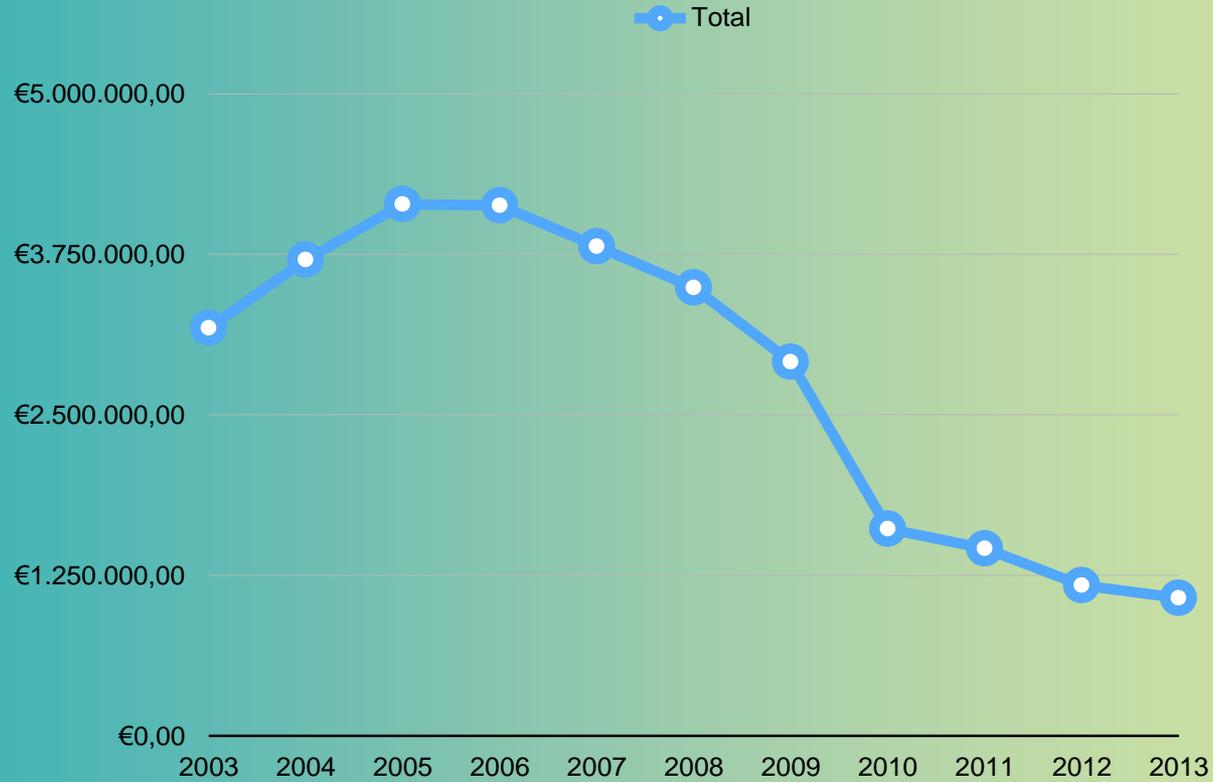
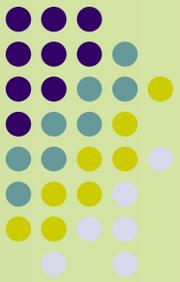
# 4.Evolución de la Empresa (1).



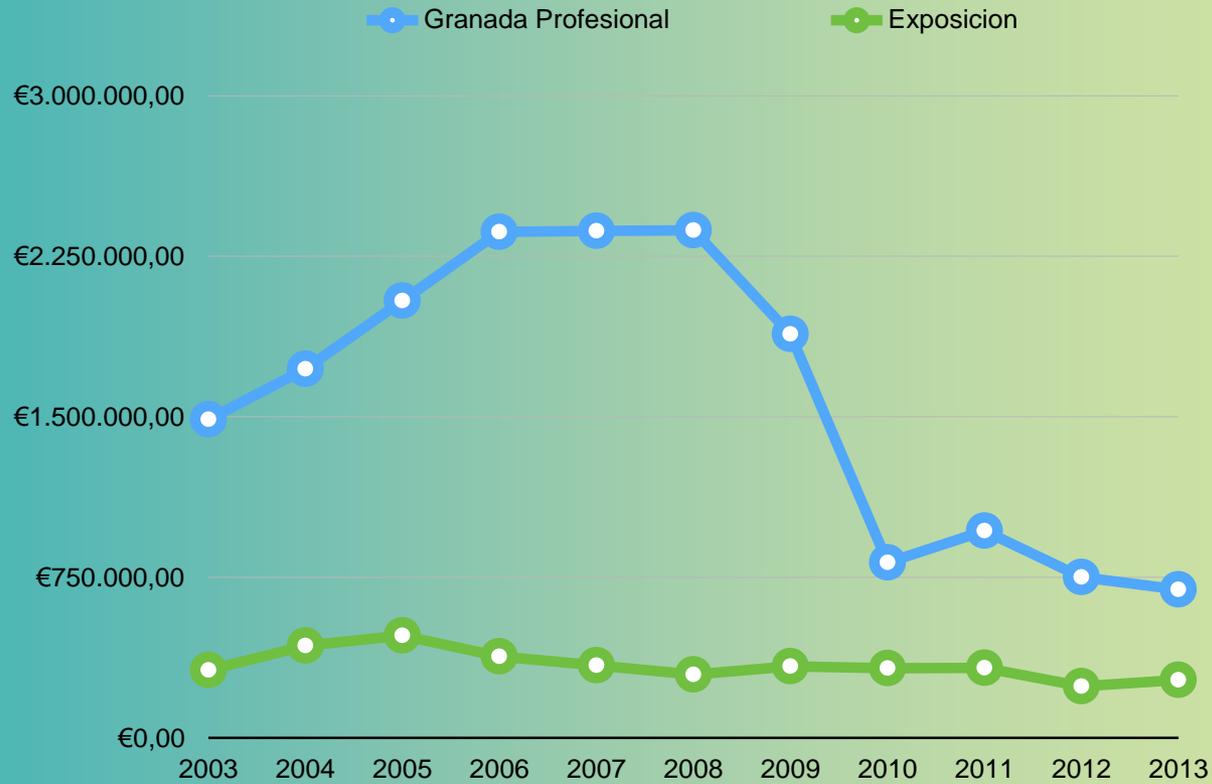
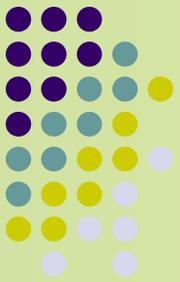
## Ventas

Ventas	Granada		Antequera		Jaen		
	Total	Profesional	Exposicion	Profesional	Exposicion	Profesional	Exposicion
2003	3.176.084,00 €	1.486.984,00 €	315.842,00 €	788.907,00 €	15.165,00 €	569.186,00 €	
2004	3.708.676,73 €	1.722.938,73 €	430.434,00 €	749.866,00 €	173.270,00 €	632.168,00 €	
2005	4.141.294,00 €	2.042.719,00 €	477.089,00 €	926.785,00 €	134.671,00 €	560.030,00 €	
2006	4.130.996,00 €	2.364.718,00 €	380.168,00 €	692.940,00 €	168.223,00 €	524.947,00 €	
2007	3.810.305,00 €	2.368.189,00 €	338.060,00 €	477.354,00 €	136.216,50 €	490.485,50 €	
2008	3.489.614,00 €	2.371.660,00 €	295.952,00 €	261.768,00 €	104.210,00 €	456.024,00 €	
2009	2.912.601,11 €	1.886.735,13 €	334.288,98 €	287.623,00 €	123.340,00 €	280.614,00 €	
2010	1.611.953,00 €	819.110,00 €	324.243,00 €	216.567,00 €	107.435,00 €	144.598,00 €	
2011	1.457.952,00 €	966.438,00 €	326.062,00 €	88.898,00 €	76.554,00 €	0,00 €	
2012	1.172.451,72 €	750.656,72 €	240.656,00 €	181.139,00 €			
2013	1.072.882,00 €	692.557,00 €	270.696,00 €	109.629,00 €			

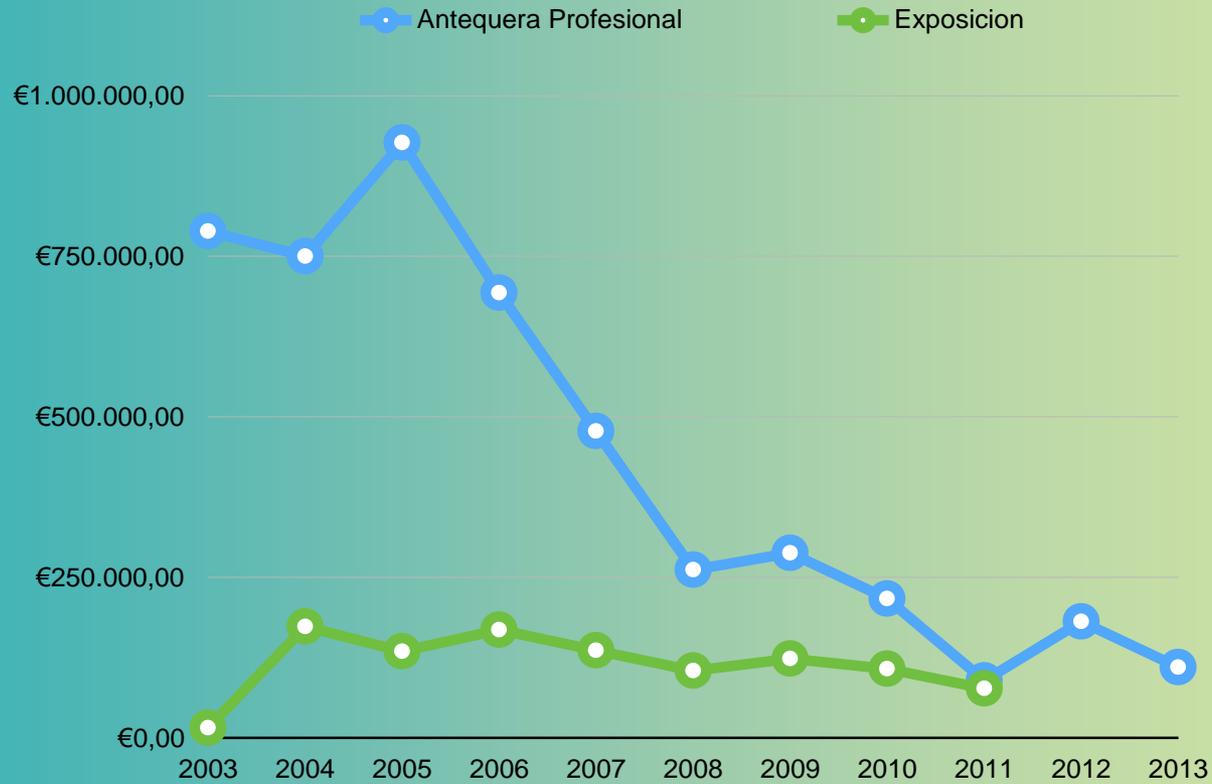
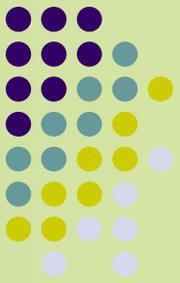
# 4.Evolución de la Empresa (2).



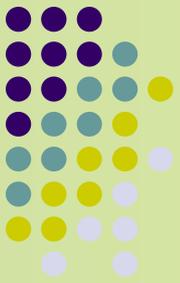
# 4. Evolución de la Empresa (3).



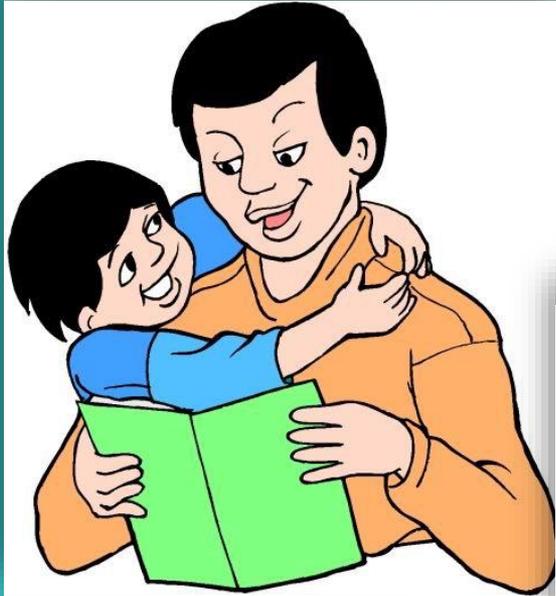
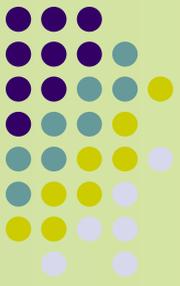
# 4.Evolución de la Empresa (4).



# 4.Evolución de la Empresa (5).



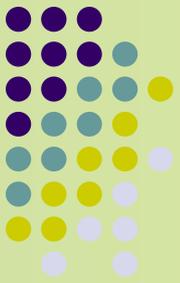
# 5. Análisis desde el punto de vista familiar



**VS**

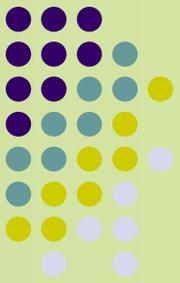


## 6. Reestructuración Empresarial.



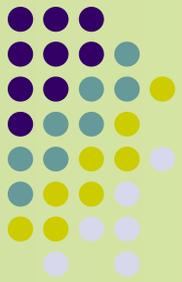
1. Creamos la Marca FACTORYGRES, para dar salida al Stock.
2. Almacén al servicio de los clientes (nueva organización).
3. Cierre de las delegaciones.
4. Reducción de la plantilla al 50% y descuelgue salarial.
5. Financiación a Largo plazo para hacer frente a los impagados.
6. Concepto cocooning.
7. A nivel personal apertura progresiva de la consultora.

# 7. Concepto de Fracaso Empresarial.



1. Criterio Anglosajón vs Criterio Mediterraneo.
2. La experiencia sólo se forma a base de experiencias.
3. No hay que tener miedo al fracaso.
4. El fracaso debe de estar siempre “controlado”.
5. La suma de muchos fracasos te dará la experiencia necesaria para conseguir el éxito.

# 8. Situación Actual.



*Scio veritas*



# 9. Tertulia.

