

I Edición programa de emprendimiento

Ámbito Alimentario

Tendencias y nuevos modelos de negocio



Inicio:
Semana del

5 –

de octubre
de 2020

Final:
Semana del

20

de noviembre
de 2020

**Clases de lunes
a jueves
de 16:30 a 18:30 h**

**Modalidad
Online**

Cámaras
Fundación INCYDE



Unión Europea
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro



UCAM HiTech
HEALTH INNOVATION HUB

Programa de formación de creación y consolidación de empresas en el **Ámbito Alimentario**

Del lunes 5 de octubre de 2020 al 20 de noviembre de 2020

Presentación

Programa de Emprendimiento impulsado por la Universidad Católica de Murcia a través del Instituto Tecnológico de Murcia junto con la Fundación Incyde y cofinanciado por Fondo Social Europeo. Está dirigido a las innovaciones, retos y experiencias que el sector agroalimentario ofrece en todas sus facetas, y las oportunidades de emprendimiento y empleo que se generan con ello.

La innovación y el espíritu emprendedor son la clave para responder a las demandas permanentes del mercado profesional en cuanto a innovación, talento y nuevos perfiles profesionales. Este programa en modalidad virtual, persigue promover el espíritu emprendedor y el fomento de nuevos modelos de negocio viables y sostenibles. Mediante la formación, se identificarán las oportunidades de negocio y tendencias de la economía mundial en torno al emprendimiento e innovación en agua y el sector agroalimentario que supone el 20% del PIB regional, lo que lo convierte en uno de los pilares básicos de la economía.

Con este programa la UCAM pretende incentivar los modelos de negocio dirigidos a fomentar la vida saludable, dentro de la estrategia dirigida a la innovación y la transferencia de tecnología en los sectores del Deporte, la Alimentación y la Salud, en HiTech: La Incubadora de Alta Tecnología.

Objetivo del Programa

En un contexto económico complicado como es el actual, es fundamental aprovechar los recursos endógenos de los territorios para garantizar la actividad económica con un enfoque de sostenibilidad. Además, la competitividad y el crecimiento de las regiones pasa por que sus empresas adquieran esas mismas facultades –competitividad y crecimiento–, generando más empleos, ofertando más productos, expandiendo sus mercados,

Este programa tiene en cuenta estas premisas y tiene como finalidad contribuir a desarrollar la competitividad de las empresas agroalimentarias.

El **objetivo** fundamental del curso es proporcionar una visión global de las distintas áreas funcionales de la empresa para poder determinar oportunidades de mercado y desarrollar el Plan de Empresa/Plan de Mejora, siempre con la ayuda de las herramientas de gestión para favorecer su puesta en marcha.

La promoción de un nuevo negocio no es únicamente un proceso intuitivo, inspirado en la mera observación de los cambios del entorno. En él deben mezclarse abundantes dosis de intuición, ilusión y decisión, además de la capacidad técnica, financiera y de gestión suficientes para lo que se va a emprender y/o consolidar, y una cierta dosis de estudio y planificación, con el fin de reducir los posibles niveles de incertidumbre.

Con este programa se facilita la elaboración de un **Proyecto de Empresa/Plan de Mejora** desarrollado y completo, que puede utilizarse por el/la promotor/a no sólo como guía de referencia para la puesta en marcha y/o consolidación de su negocio, sino que puede servirle además como medio de argumentación de su viabilidad ante entidades públicas y financieras.

Objetivo del Programa

De forma más específica, se lograrán los siguientes objetivos:

- Formar a los participantes en técnicas de gestión de la producción, orientadas a una mayor eficacia y rentabilidad de su producción.
- Asesorar de forma individual a cada uno de los participantes, con el fin de que pueda contar con un diagnóstico afinado de la situación actual de su empresa en sus diversas áreas o departamentos.
- Asesorar de forma individual a cada uno de los participantes, con el fin de que pueda contar con un plan realista de mejora de las potencialidades y de la competitividad de su empresa en relación al mercado actual.
- Proporcionar información sobre posibles incentivos, ayudas y subvenciones que apliquen a su territorio y su la rama específica de actividad.
- Proporcionar a los participantes, herramientas para la mejora de la producción, promoción y comercialización en el entorno específico actual y con las perspectivas de evolución de los mercados.
- Proporcionar a los participantes información sobre innovaciones en investigación de mercados, estrategias de marketing, promoción, comunicación y comercialización.
- Proporcionar a los participantes elementos de innovación y competitividad basados en referencias reales del mercado español, europeo y del resto del mundo.
- Proporcionar a los participantes, estrategias de marketing asociado a redes comerciales externas en España y en los mercados internacionales.
- Proporcionar a los participantes, estrategias de marketing asociado en colaboración con los entes públicos.

Características generales del programa

Destinatarios

- Estudiantes universitarios, investigadores y egresados.
- Empresarios y trabajadores del sector agroalimentario y agroindustrial.
- Personas que quieran emprender o emplearse en dichas actividades o en actividades relacionadas con el sector que residan en la región de Murcia.

Número de participantes

- Veinte participantes.
- Inicio el 5 de octubre de 2020. Duración 6 semanas.

Coste del programa

- Al estar cofinanciado por Fondo Social Europeo, no supone coste alguno para los participantes.

Calendario / cronograma

- Semana 1, **del 5 al 9 de octubre de 2020:** Dirección de Proyectos y Estrategia Empresarial - Experto/a: Ignacio de Alvear Fernández-Segade
- Semana 2, **del 13 al 16 de octubre de 2020:** Innovación en la Industria Alimentaria. La necesidad de mirar a nuestro alrededor - Experto/a: Enrique Mínguez Ros
- Semana 3, **del 19 al 23 de octubre de 2020:** Finanzas y Jurídico/Fiscal - Experto/a: Ignacio de Alvear Fernández-Segade
- Semana 4, **del 26 al 30 de octubre de 2020:** Marketing, Comercialización y Promoción del Producto - Experto/a: J. A. González Elípe
- Semana 5, **del 3 al 6 de noviembre de 2020:** Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información, Internet y Redes Sociales - Experto/a: Jesús Rivas
- Semana 6, **del 16 al 20 de noviembre de 2020:** Dirección de Proyectos. Toma de Decisiones - Experto/a: Ignacio de Alvear Fernández-Segade

Metodología del programa

Metodología formativa

Los programas serán impartidos por personas con amplia experiencia profesional y docente, siendo todos ellos consultores homologados por la Fundación INCYDE como formadores. La mejora de competencias de los participantes se trabaja mediante dos vías complementarias:

- **Formación genérica** que se imparte en sesiones virtuales conjuntas de lunes a jueves de 16.30 a 18.30 horas.
- **Formación específica y a “la medida”** durante la consultoría semanal mantenida con cada participante.

Tanto los contenidos teóricos como los prácticos de la formación conjunta se adaptarán a la formación previa y a los conocimientos de los participantes, de manera flexible y fomentando la participación, el debate y la búsqueda conjunta de soluciones y el desarrollo de casos prácticos. El planteamiento de experiencias e iniciativas en los distintos ámbitos de las empresas participantes permitirán examinar y discutir diferentes alternativas, analizando proyectos de éxito y las posibles causas de otros que han fracasado o no han alcanzado sus principales objetivos.

El trabajo en las tutorías individuales abordará el entorno en el que se enmarca el proyecto empresarial y las características específicas del mismo, abriendo vías de desarrollo y consolidación de la actividad realizada por el empresario, gestor profesional o emprendedor.

En las tutorías se aplicarán a cada caso individual los contenidos de los distintos módulos, enlazándolos con las herramientas y técnicas que los participantes deberán aplicar a sus respectivas situaciones y proyectos.

Área de Dirección de Proyectos y Estrategia Empresarial

Contenido:

- Cómo generar tu propia idea de negocio. Técnicas de generación de ideas
- Algunos errores del emprendedor y cómo evitarlos
- La empresa y el entorno
 - a. Definición operativa de la empresa y consecuencias estratégicas
 - b. El entorno: características principales y panorama estratégico
- El Plan de empresa
 - a. La planificación, concepto e importancia
 - b. La información económica
 - c. La inteligencia en las empresas
 - d. El proceso de la planificación
 - e. Elaboración del Plan de Empresa: concepto y consideraciones iniciales
 - f. Contenido del Plan de Empresa: índice
- El Modelo de Negocio
 - a. Concepto y origen
 - b. El lienzo
 - c. Los módulos
- La cultura empresarial
 - a. ¿Qué es y por qué es tan importante?
 - b. ¿Cuál es el problema con la cultura de la empresa?
 - c. La Misión
 - d. La Visión
 - e. Los Valores

Desarrollo de los contenidos

Área de Innovación en la Industria Alimentaria. La necesidad de mirar a nuestro alrededor

Contenido:

- ¿Qué es tener una mentalidad innovadora? ¿Cómo la adquiero si no la tengo?
- ¿Cómo conseguir nuevos clientes cuando el conocimiento que se tiene es menor?
- Metodología Design Thinking
- Desafíos en la industria alimentaria. Consecuencias Covid-19
- Negocios paralelos relacionados con el mercado de la industria alimentaria que me permiten innovar
 - a. El mundo ecológico
 - b. Shipping
 - c. Blockchain
- La agricultura 4.0., el internet de las cosas (IoT) y la Inteligencia artificial (IA)
- Las TIC en la industria alimentaria: estrategia
- La industria alimentaria en la Región de Murcia: de amenaza a debilidad, de debilidad a oportunidad y de oportunidad a fortaleza
- Programas de apoyo a la industria alimentaria

Desarrollo de los contenidos

Área de Finanzas y Jurídico/Fiscal

Contenido:

- Conceptos previos. La empresa y la información económica. Delimitación y deslinde de la actividad personal y de la actividad empresarial.
- El patrimonio empresarial: concepto y elementos. Diferenciación respecto al patrimonio personal o familiar no afecto al negocio
- El registro de los hechos económicos
- El Balance de situación: significado. El valor patrimonial de la empresa. El Fondo de Comercio
- Consecuencias y obligaciones mercantiles, contables y fiscales de la forma jurídica bajo la que se realice la actividad empresarial
- Régimen fiscal de la actividad empresarial. Obligaciones y consecuencias en materia contable, según régimen tributario
- El Beneficio: Margen x Rotación; Ingresos – Gastos. La conversión en liquidez y la exigibilidad
- La cuenta de Pérdidas y Ganancias: el núcleo duro
- El precio de venta, el margen comercial, el margen bruto y el coste. El escandallo de costes. Regímenes de liquidación del I.V.A. y sus consecuencias
- Las rebajas y los descuentos. Sus efectos en el margen bruto y la rentabilidad del negocio
- La cuenta de Pérdidas y Ganancias: gastos de explotación. Beneficio
- Los costes fijos y los costes variables. El punto de equilibrio. Cálculo y significado. La estimación de ventas
- El Fondo de Maniobra y el periodo medio de maduración
- El análisis de viabilidad del negocio: análisis patrimonial dinámico y estático, análisis por ratios y análisis de rentabilidad
- La valoración de la empresa. Valor y precio

Desarrollo de los contenidos

Área de Marketing, Comercialización y Promoción del Producto

Contenido:

- El Marketing, motor de la empresa
 - a. Los pilares del marketing. Marketing Off&Online
 - b. Aspectos comerciales y de marketing de tu negoci@
 - c. Definir factores claves en plan de MK. Las 4 ps.
 - d. El cliente y la competencia, en el entorno digital
- Técnicas y Medios de comunicación. OFF&ONLINE
 - a. Branding y Posicionamiento. Reputación online
 - b. La comunicación comercial
 - c. Sinergia y cooperación Marketing off y online
 - d. Técnicas y Medios online
 - e. RRSS y Creación de contenidos
- Estrategia y medición
 - a. Canales orgánicos y de pago
 - b. Selección de canales e Integración
 - c. Calendario de acciones. Medición. Presupuesto

Área de Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información, Internet y Redes Sociales

Contenido:

- Transformación digital. Retos
- Características de la empresa digital
- Importancia del dato en la toma de decisiones. KPI's
- Aplicaciones para la gestión empresarial
- Web y redes sociales como elemento dinamizador y generador de confianza y mejora de la marca
- Omnicanalidad. CRM y Plataformas para la gestión de acciones de marketing

Desarrollo de los contenidos

Área de Dirección de Proyectos. Toma de Decisiones

Contenido:

- El Análisis Estratégico: ¿Qué es y por qué es tan importante?
- Herramientas de análisis estratégico
- El análisis interno y externo:
 - a. Concepto
 - b. El Macroentorno: análisis PEST
 - c. Microentorno: sector de actividad (Porter)
 - d. Microentorno: mercado
 - e. El análisis interno
 - f. Matriz DAFO
- Líneas estratégicas básicas:
 - a. La matriz de ANSOFF
 - b. Las tres opciones genéricas
 - c. La búsqueda de ventajas competitivas
- Formulación práctica de estrategias: especial incidencia en la estrategia de internacionalización
- Líneas estratégicas para desarrollar: las derivadas de los análisis anteriores y del análisis CAME
- Planes de acción

Información

Instituto Tecnológico de Murcia – UCAM

Tfno. **968278567**

E-mail: **itm@ucam.edu**

Url: **itm.ucam.edu**

Link del programa e inscripción: **itm.ucam.edu/empalimentacion**