



EMPRENDE EN POSITIVO

PROGRAMA DE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS Y AUTOEMPLO EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO E
INDUSTRIAL

Abril de 2013



INDICE

1. Introducción.....	3
2. Objetivo del Programa.....	5
3. Características generales del programa	6
3.1 Destinatarios.....	6
3.2 Número de participantes.....	6
3.3 Duración.....	6
4. Metodología del Programa.....	7
4.1 Metodología formativa.....	7
5. Propuesta de contenidos, desarrollo de los trabajos.....	9
4. Coherencia con las políticas comunitarias.....	18
4.1 Crecimiento y empleo.....	18
4.2 Medio ambiente y desarrollo sostenible.....	18
4.3 Igualdad de Oportunidades.....	18
4.4 Compromiso de confidencialidad y derechos de autor.....	19
5. Calendario de ejecución.....	20

1. **Introducción**

Los **objetivos** del *Proyecto* se enmarcan dentro de los objetivos de **Europa 2020**, la nueva estrategia de la UE para “*un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*”, promoviendo la formación de las personas y facilitando su incorporación al mercado de trabajo dificultada por la situación de crisis económica y financiera en Europa.

Así mismo, las medidas que se adoptan en el presente proyecto están plenamente integradas en la **Estrategia Europea de Empleo**, que pretende *crear más y mejores puestos de trabajo* en toda la UE, impulsando medidas que permitan alcanzar, de aquí a 2020, tres objetivos fundamentales:

- **integrar en el mercado laboral** al 75% de las personas de edades comprendidas entre 20 y 64 años
- mantener la tasa de abandono escolar por debajo del 10% y lograr que al menos un 40% de las personas de edades comprendidas entre 30 y 34 años completen la educación superior
- reducir al menos en 20 millones el número de personas en situación o riesgo de **pobreza** y exclusión social

y en el **Pacto europeo para la juventud** que introduce medidas para *el empleo, la integración y la promoción social de los jóvenes*, estableciendo entre las directrices más pertinentes, la promoción de un enfoque del trabajo basado en el ciclo de vida, renovando los esfuerzos para crear itinerarios hacia el empleo para los jóvenes reduciendo el desempleo juvenil.

En este contexto, el **Fondo Social Europeo** (FSE) se convierte en una herramienta básica para alcanzar los objetivos establecidos en el marco anteriormente definido; al mismo tiempo que, el presente proyecto, responde a uno de los considerandos

recogidos en el Reglamento (CE) 1081/2006 de 5 de julio relativo al Fondo Social Europeo, *"el fomento de las acciones transnacionales e interregionales innovadoras constituye una dimensión importante que conviene integrar en el ámbito del FSE"*.

Igualmente, incide en una de las áreas prioritarias de intervención europea para ayudar a las regiones a alcanzar mayor progreso económico y social: la promoción del desarrollo a través del sector privado.

2. **Objetivo del Programa**

Para **crear** una empresa y/o **consolidar** una ya existente se precisan, además de determinadas capacidades, muchas horas de trabajo y formación en el terreno empresarial. Todo ello ha de ir acompañado de una fuerte motivación, que resulta vital para conseguir el objetivo y que proviene, en la mayoría de los casos, de una actitud emprendedora y activa.

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

Este programa tiene en cuenta estas premisas y tiene como finalidad contribuir a desarrollar en torno al sector, la actividad de interés agroalimentario con amplia representación en Ciudad Real. Para ello se ayudará tanto a la mejora de nuevas iniciativas empresariales como a la consolidación de actividades empresariales ya existentes en este ámbito.

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.

3. Características generales del programa

3.1 Destinatarios

- Dirigido principalmente a emprendedores/as, que cuenten con una idea de negocio relacionada con el sector agroalimentario e industrial y deseen realizar un proyecto viable de creación de empresa para su posterior puesta en marcha.
- Empresarios/as que quieran consolidar su negocio, mejorar la rentabilidad de su empresa o evaluar otras alternativas de expansión.

3.2 Número de participantes

- Un mínimo de veinte empresas/emprendedores y un máximo de veinticinco.

3.3 Duración

- 8 semanas consecutivas a un promedio de 40 horas semanales (320 horas) con la siguiente distribución de contenidos:

a. Sesiones de formación conjunta:

En estas sesiones conjuntas se impartirán los contenidos generales del programa, con el fin de proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades esenciales en cada una de las áreas de conocimiento y promover las sinergias e intercambios de experiencia entre los participantes en el mismo.

b. Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizado

Con la consigna de la mayor flexibilidad y adaptación a cada uno de los alumnos participantes, se desarrollan actuaciones de seguimiento individualizado en los que se orienta a cada uno en función de su perfil profesional y de la actividad de cada empresa, en el proceso de aplicación e implementación de los contenidos generales abordados a las sesiones conjuntas de formación.

4. Metodología del Programa.

4.1 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 de asistencia conjunta y
- **Formación específica y a “la medida”** durante la consultoría semanal mantenida con cada participante en su propio domicilio o sede social, o en la sede de la Cámara.

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.

5. Propuesta de contenidos, desarrollo de los trabajos.

INTRODUCCIÓN Y CONSULTORÍA INICIAL. AREA DIRECCION DE PROYECTOS E INTERNACIONALIZACIÓN

- Aportación de metodologías para el análisis del entorno del proyecto propuesto en función de los siguientes factores:
 - a. políticos,
 - b. administrativos,
 - c. sociales,
 - d. tecnológicos,
 - e. operativos,
 - f. ambientales y climáticos,
 - g. jurídicos,
 - h. recursos humanos disponibles,
 - i. y cualesquiera otros relevantes.
- Aportación de metodologías para el análisis interno de la empresa, en función de las capacidades de los empresarios, profesionales y emprendedores que les puedan llevar a una posición competitiva:
 - a. capacidades personales,
 - b. formación previa,
 - c. habilidades complementarias,
 - d. conocimientos,
 - e. actitudes hacia el aprendizaje y la innovación,

- f. posibilidades financieras, etc.
- o Diagnóstico DAFO de la situación actual de la empresa en cuanto a fortalezas y debilidades intrínsecas de la empresa o proyecto, y en cuanto a amenazas y oportunidades procedentes del entorno y del mercado.
- o Aportación de metodologías para la elaboración de planes de mejora de la producción y la competitividad, en los mercados de la producción y comercialización del proyecto.
- o Aportación de metodología para la elaboración de un estudio básico de viabilidad y plan de negocio destinado a las nuevas iniciativas emprendedoras en producción de actividades complementarias a la producción y comercialización.

INTERNACIONALIZACIÓN

- a. Analizar la potencialidad de internacionalización de sus productos y servicios,
- b. Estudiar si se encuentra en la situación adecuada para iniciar el proceso de internacionalización
- c. Reflexionar sobre los primeros pasos a realizar y buscando las ventajas del proceso y las posibles barreras al mismo.
- d. Reflexionar de forma estratégica sobre la situación actual de sus mercados y su evolución futura y
- e. Analizar la posibilidad de entrar en nuevos mercados.
- f. Organismos oficiales que ayudan y promocionan la internacionalización: Cámaras de Comercio, CC.AA., ICEX...
- g. Inicio del análisis de selección de mercados: estrategia de concentración/diversificación, criterios de descarte de mercados,

criterios esenciales que deben cumplir los mercados objetivos. También se trata de iniciar una selección mencionando posibles mercados a considerar

- h. Temas variados según necesidad y situación de la empresa: incoterms, inversión en el exterior, nuevas tecnologías, financiación, evolución de variables macro, marketing internacional: producto, precio, distribución, comunicación y calidad de servicio al cliente, etc

AREA DE MARKETING, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

- i. El plan de marketing. su importancia y su estructura.
 - j. Estudio de mercado. Qué factores estudiar y fuentes de información.
 - k. El comportamiento de compra del consumidor. Búsqueda y motivos para la elección.
 - l. La importancia de la marca. Consideraciones a tener en cuenta.
 - m. Canales de distribución. Tipos y funciones.
 - n. El precio como estrategia.
 - o. La importancia de la comunicación. diferentes herramientas.
 - p. Merchandising. la situación del producto en el lineal.
- Cómo elaborar un plan de marketing de empresa.
 - Gestión de marketing avanzado, comercialización y distribución.
 - Panorama productivo del sector correspondiente.
 - Conceptualización, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios ligados al proyecto.

- Configuración de productos y servicios en función de los perfiles funcionales y motivacionales de la demanda: modas, tendencias, patrones de consumo, edad, nivel social, nivel cultural, etc.
- Estrategias de fijación de precios
- Comercialización y distribución directas.
- Comercialización informal y alternativa a través de clubs, asociaciones, colectivos de intereses específicos, colectivos corporativos.
- Comercialización en Internet.
- Comercialización asociada.
- Redes comerciales nacionales e internacionales.
- Elementos de marketing.
- Redes de conocimiento de marketing e investigación de mercados de oferta y demanda en el sector.
- Investigación de mercados de oferta y demanda.
- Posicionamiento y reposicionamiento de producto y de marca.
- Notoriedad.
- Sistemas de realización de benchmarking.
- Comunicación, imagen e identidad en el sector correspondiente.
- Definición de imagen corporativa.
- Estructuración de identidad corporativa y merchandising.
- Branding o política de marcas.
- El plan de comunicación.
- La dirección de comunicación.

- Comunicación on line.
- Gestión de marketing avanzado: promoción y comercialización.
- Estructuración de campañas de publicidad.
- Preparación y rentabilización de la presencia en ferias, salones, exposiciones y otros eventos promocionales.
- Promoción on - line.
- Estrategias y acciones de marketing específicamente aplicadas al sector objetivo.
- Rentabilización de la presencia en bolsas de contratación.
- Diseño y análisis de planes de marketing aplicados a cada uno de los participantes.
- Revisión de puntos fuertes y débiles.
- Identificación de oportunidades de mercado.
- Análisis de benchmarking de otros productos del sector, así como productos afines comparables y relevantes existentes en el mercado.

AREA DE SECTOR AGROALIMENTARIO

- COMERCIALIZACIÓN
 - a. La Consideración del producto alimenticio desde la óptica del consumidor
 - b. Cómo innovar un producto usando las herramientas del marketing
 - c. Que canal de distribución es el más interesante atendiendo a las características del producto
 - d. Que mercados seleccionar a nivel nacional e internacional
 - e. Información necesaria para el debate individualizado.

- ESTRATEGIA
- a. Como elaborar un plan estratégico
- b. Análisis interno y externo del ámbito empresarial
- c. Enfoque DAFO para determinar el camino a seguir
- d. Actividades a realizar y su evaluación
- e. Información necesaria para el debate individualizado

ÁREA APLICACIONES INFORMÁTICAS, GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, INTERNET Y REDES SOCIALES

- Servicios de telefonía móvil (soluciones de movilidad)
- Internet (cloud computing, SAAS, social media)
- Página web (comercio electrónico)
- Comercio electrónico, B2b (business to business entre empresas), b2c (entre consumidores), marketing online, etc..
- Aplicaciones informáticas generales (contabilidad, ofimática, facturación, etc.)
- Aplicaciones específicas orientadas a los procesos estratégicos de las empresas: ERP, SCM, CRM, MES, SGA, etc.
- Automatización de la producción: logística integrada, automatización procesos, pick up productos, gestión cadena suministro, almacenaje
- Toma de decisiones: business intelligence y gestión de conocimiento (para la toma de decisiones).
- Sistema de gestión para control de calidad y seguimiento de trazabilidad. Sistemas de información geográfica tipo GIS.
- Certificados electrónicos, firma digital, e-factura, e-administración....

- Ayudas y subvenciones para implantaciones TIC

AREA DIRECCION DE PROYECTOS

- Apoyo y seguimiento para la elaboración de los planes de mejora de la competitividad, en el mercado de la producción y comercialización del sector correspondiente.
- Coordinación, apoyo y seguimiento para la elaboración de un estudio básico de viabilidad y plan de negocio destinado a las nuevas iniciativas emprendedoras, teniendo en cuenta la producción de actividades complementarias a las inicialmente propuestas.

AREA DE CALIDAD AGROALIMENTARIA Y MEDIO AMBIENTE / PRL

- -Normativa y legislación en la industria agroalimentaria, en particular:
 - a. ISO 22000 Sistemas de gestión de seguridad alimentaria
 - b. Normas sobre trazabilidad alimentaria
 - c. Sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC)
 - d. Control de calidad en la industria agroalimentaria
- -Referencias a la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición
- Normativa específica de Prevención de Riesgos Laborales
- Normativa específica de Gestión Medioambiental
- Calidad de productos.
- Calidad de operaciones y procesos.
- Calidad de imagen.

- Calidad y profesionalidad en los recursos humanos.
- Evaluación y programación de necesidades formativas en seguridad, calidad, medio ambiente y gestión de la sostenibilidad.
- Accesibilidad universal.
- Marcas de calidad de productos como herramienta de marketing.
- Marcas asociadas y clubs de calidad.
- Recomendaciones específicas en materia de prevención de riesgos laborales, calidad y gestión medioambiental aplicadas a cada tipo de empresa.

AREA DE FINANZAS Y JURIDICO Y FISCAL EN LA EMPRESA

- El conocimiento de unas nociones financieras para poder estudiar la viabilidad de la empresa,
- Facilitar la gestión y el control de la misma y realizar proyecciones de futuro.
- Desarrollo de un Plan Económico y Financiero que sirva de herramienta para la toma de decisiones empresariales.
- Información económica en la empresa y análisis económico del entorno y del sector agroalimentario
- Definición de la contabilidad como herramienta de información
- El patrimonio de la empresa: definición y efectos en la actividad de la empresa
- Los Estados contables: Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- Los costes en la Empresa. Costes Fijos y Costes Variables. El punto de equilibrio

- El Fondo de Maniobra y el Periodo Medio de Maduración en la Empresa
- El Análisis de los Estados Financieros
- El Análisis de ratios
- El Análisis de la rentabilidad en la empresa
- Aspectos Jurídico Mercantiles de la Empresa Agroalimentaria
- Aspectos Tributarios de la Empresa Agroalimentaria
- EL IVA y los Impuestos especiales en la Empresa Agroalimentaria. Facturación
- Retenciones fiscales a terceros a cuenta IRPF/IS/IRNR
- IRPF. Tributación actividades empresariales
- Impuesto sobre Sociedades (IS)

AREA DIRECCION DE PROYECTOS FINAL. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

- Revisión final de los planes realizados de mejora de la producción y la competitividad, en el mercado de la producción y comercialización correspondiente.
- Revisión final del plan de negocio destinado a las nuevas iniciativas emprendedoras en producción de actividades complementarias.
- Igualdad de oportunidades.

4. Coherencia con las políticas comunitarias

4.1 Crecimiento y empleo

Una de las directrices estratégicas comunitarias es “más empleos y de mejor calidad” y una de las vías sugeridas para conseguirlo es a través de la inversión en capital humano. El *Proyecto* promoverá la movilidad de las personas a partir de la mejora y adaptación de la formación para poder trabajar en diferentes escenarios. A su vez, contribuye a alcanzar los propósitos de las directrices integradas nº 17, 18 y 23 para el crecimiento y el empleo.

4.2 Medio ambiente y desarrollo sostenible

En consonancia con la Estrategia de Lisboa que apuesta por el crecimiento sostenible, en el marco del *Proyecto*; se ha querido contribuir a la sensibilización medioambiental, por lo que se promoverán conductas respetuosas con el medio ambiente en cada una de las acciones a desarrollar en el marco del proyecto.

4.3 Igualdad de Oportunidades

La igualdad de oportunidades ha sido uno de los pilares básicos de la Estrategia Europea de Empleo; con el fin de contribuir a alcanzar el objetivo de la estrategia de Lisboa de incrementar la tasa de empleo femenina y a favorecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Las actuaciones del *Proyecto* serán coherentes con este principio aplicando aquellas medidas de acción positiva que sean pertinentes en las distintas fases del proyecto.

4.4 Compromiso de confidencialidad y derechos de autor

Tal y como exige todo trabajo donde se manejan bases de datos de personas u organizaciones, la Fundación INCYDE se compromete a observar confidencialidad sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos que le hayan sido facilitados por las entidades y personas que participen en las actuaciones objeto del mismo.

En este sentido, se mantendrá estricta confidencialidad sobre los datos que pueda conocer como consecuencia de las tareas previstas, utilizándolos única y exclusivamente para el desarrollo del proyecto concreto y específico adjudicado, no pudiendo aplicarlos ni utilizarlos con fin distinto, ni comunicarlos en forma y momento algunos a otras personas, ya sean físicas o jurídicas, ni aun después de finalizada la relación contractual entre ambas partes.

En lo relativo a los datos personales, todo el trabajo se realizará ateniéndose a las especificaciones contenidas en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. Además, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 3 y 4 del Real Decreto 994/1999, de 11 de junio, las medidas de seguridad exigibles serán las del nivel básico, siendo su implementación responsabilidad de la Fundación INCYDE.

