



*Autoempleo y consolidación empresarial:
PROGRAMA DE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE
EMPRESAS EN EL ÁMBITO DEL ENOTURISMO*

Fundación Incyde

Enero 2019



Contenido

| | |
|---|----|
| 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..... | 7 |
| 3.4. Estructura de contenidos..... | 7 |
| 4. Desglose de contenidos..... | 10 |

1. **Introducción**

El Fondo Social Europeo (FSE), creado en 1957, es el instrumento financiero de la Unión Europea más importante para la promoción del empleo. Respalda las políticas y prioridades destinadas a alcanzar el pleno empleo y a mejorar la calidad y la productividad en el trabajo, la movilidad geográfica y profesional de los trabajadores de la Unión, los sistemas de educación y formación, así como la inclusión social, contribuyendo de este modo a fomentar la cohesión territorial, económica y social.

La Fundación INCYDE participa en programas de formación cofinanciados por el FSE a través de los Programas Operativos Programa de Fomento del Autoempleo y las Iniciativas Empresariales (POEFE), y Programa Operativo de Empleo Juvenil. (POEJ); siendo nuestro objetivo principal, contribuir a la inserción en el mercado de trabajo a través del Emprendimiento.

Trabajamos con **jóvenes menores de 30 años**, que ni estudian ni trabajan, a través de los programas "Construye tu futuro: programas personalizados para emprendimiento juvenil"; cofinanciados por el FSE a través del Programa Operativo **POEJ**.

En los Programas enmarcados en el Programa operativo **POEFE**, el colectivo al que nos dirigimos son aquellas personas, prioritariamente desempleadas pertenecientes a **colectivos de mayor riesgo** (jóvenes, mujeres y mayores de 45)-brindándoles la oportunidad de empezar y gestionar una empresa o un proyecto de autoempleo, independientemente de sus características o antecedentes particulares.





Para el periodo 2014-2020, la Fundación INCYDE, se ha fijado como meta:

- apoyar a más de **7.000 personas jóvenes** en su proceso de incorporación al mercado laboral incrementando sus conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales
- . trabajar con **15.000 personas desempleadas** (distribuidas al 50% entre hombres y mujeres) y lograr que, al menos, 3.000 se inserten laboralmente.

2. **Objetivo del Programa**

El **objetivo** fundamental del programa 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.



Este programa tiene en cuenta estas premisas y tiene como finalidad contribuir a desarrollar el **turismo temático** en torno al **vino**, actividad de interés cultural y gastronómico con amplia representación en nuestro país. Para ello se ayudará tanto a la mejora de nuevas iniciativas empresariales como a la consolidación de actividades empresariales ya existentes en este ámbito.

De forma más específica, se lograrán los siguientes **objetivos**:

- Formar a los participantes en técnicas específicas de gestión de la producción en empresas del ámbito de la enología o el turismo, orientados 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 turístico actual.
- Asesorar a potenciales o actuales **emprendedores** en el mercado del enoturismo con el fin de que puedan desarrollar su plan de negocio.
- Proporcionar información sobre posibles **incentivos**, ayudas y subvenciones que apliquen a su territorio y a la rama específica de actividad del enoturismo.
- Asesorar a los participantes en aspectos de asociacionismo y **cooperación competitiva** en gestión de empresas de enoturismo.
- Proporcionar a los participantes **herramientas** para la mejora de la producción, promoción y comercialización en el entorno específico del

mercado actual del enoturismo y sus perspectivas de evolución previsible.

- Proporcionar a los participantes **perfiles** de demanda de **consumidores** de enoturismo en función del mercado actual y de sus tendencias.
- Proporcionar a los participantes información sobre **innovaciones** en investigación de mercados, estrategias de marketing, promoción, comunicación y comercialización del enoturismo.
- Proporcionar a los participantes elementos de innovación y **competitividad** en el mercado del enoturismo basados en referencias reales del mercado español, europeo y del resto del mundo.
- Proporcionar elementos de **creatividad** e innovación de cara al fomento del emprendimiento y a la mejora de las estructuras empresariales actuales en el mercado del enoturismo.
- Proporcionar a los participantes estrategias de **marketing asociado** entre empresas.
- 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**.

3. Características generales 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.

3.1. Destinatarios

- **Empresarios y responsables** de la gestión de pequeñas empresas de producción de vino con interés en recibir visitas y eventos turísticos.

- **Empresarios y responsables** de la gestión de empresas de enoturismo.
- **Emprendedores en dichas actividades** que cuenten ya con un proyecto definido, tanto si aborda de forma integral la producción de enoturismo, como si aborda de forma parcial alguno de sus aspectos o servicios complementarios.

3.2. Número de participantes

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



3.3. Duración.

7 semanas/ una semana por módulo.

3.4. Estructura de contenidos

Se ha diseñado una estructura común de programa formativo a modo de itinerario, conformado por sesiones grupales, tutorías individualizadas, formación on-line complementaria.

INCYDE cuenta con una metodología propia (INCYNCO), holística y de eficacia demostrada por la experiencia en años de trabajo en emprendimiento, que está encaminada a definir, desarrollar y validar modelos de negocio para los emprendedores, y que a la vez logra optimizar los flujos de información entre los agentes intervinientes en las distintas fases del proyecto.



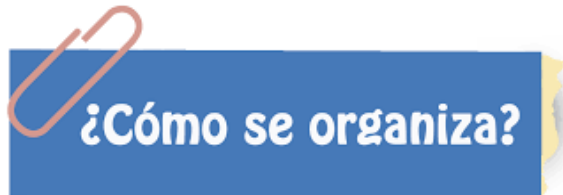
Parte de una exposición inicial de cinco bloques que representan todas las áreas imprescindibles en el análisis de viabilidad, planificación, cuantificación, validación y gestión empresarial. A continuación, guía y tutoriza en la realización de un análisis pormenorizado de cada área y en las interacciones de los distintos elementos que



configuran el plan de negocio, así como en la evolución lógica hacia el plan de gestión de sus empresas y negocios.

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 (duración aproximada 4-6 horas).



b. Acciones de acompañamiento y consultoría individualizado

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

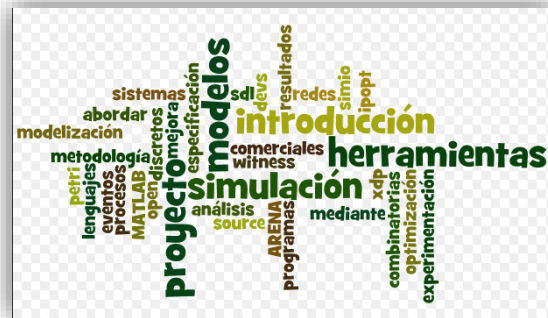
c. Mentoring y seguimiento

En cada curso presencial se reserva un paquete de entre 50 y 100 horas de acompañamiento para el grupo, a distribuir entre aquellos participantes más avanzados en la creación de su negocio.

4. Desglose de contenidos.

INTRODUCCIÓN Y CONSULTORÍA INICIAL. AREA DIRECCION DE PROYECTOS

- 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 los 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.
- 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.
 - 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.
 - 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.

AREA DE MARKETING, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Estrategias y herramientas para el marketing y la comunicación con clientes. Definición de mensajes, análisis de canales, estudio de costes, medición de resultados.

- Cómo elaborar un plan de marketing de empresa de enoturismo.
- Gestión de marketing avanzado, comercialización y distribución.
- Panorama productivo del sector correspondiente.
- Conceptualización, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios ligados al proyecto.
- Estrategias de fijación de precios
- Comercialización y distribución directas.
- Comercialización en Internet.
- Comercialización informal y alternativa a través de clubs del vino, clubs gastronómicos, clubs de ocio, asociaciones, colectivos de intereses específicos, colectivos corporativos
- 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.
- Sistemas de realización de benchmarking.
- Comunicación, imagen e identidad en el sector correspondiente.
- Definición de imagen corporativa.
- 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.
- Conceptualización, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios ligados al enoturismo.
- Configuración de productos de enoturismo en función de los perfiles funcionales y motivacionales de la demanda: modas, tendencias, patrones de consumo, edad, nivel social, nivel cultural, etc.
- El producto de ocio y de turismo ligado al mundo del vino:
 - catas,
 - degustaciones,
 - festivales del vino,
 - festivales gastronómicos,
 - rutas del vino,
 - eventos turísticos en bodegas,
 - incentivos en bodegas.
-

AREA DE CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Cambiar e innovar en pequeños detalles puede diferencia con respecto a tu competencia, por eso es necesario conocer las nuevas tendencias y técnicas utilizadas para destacar en función de lo que esté demandando el mercado.

- La Innovación como factor estratégico para la MPYME.
- La generación de la cultura de la Innovación en la empresa.
- Creatividad e innovación en la MPYME. La metodología aplicada a la creatividad:
 - a) –Recogida de Información.
 - b) –Digestión de la Información.
 - c) –Incubación de la Idea.
 - d) –Descubrimiento.
 - e) –Traspaso a la vida real.
- Herramientas para fomentar la creatividad.
- La gestión del cambio en la empresa.
- Tecnologías innovadoras aplicadas a la empresa.
- La transferencia de tecnología espacial.
- Una fuente de innovaciones en continua expansión.
- Ejemplos.
 - a) Búsqueda de proyectos.
 - b) Introducción al project management.

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

- Diagnóstico de necesidades.
- Aplicaciones informáticas para el área de gestión de producción y gestión departamental.
- Aplicaciones informáticas para el área de marketing y comercialización.
- Uso de Internet.
- Aplicaciones informáticas para las áreas administrativas.
- Aplicaciones informáticas para el área económico-financiera.
- Estudio de necesidades informáticas.
- Presupuestación de hardware y software.

- Internet y TIC en la producción, promoción y comercialización aplicadas al sector donde se desarrolla la actividad.
- Uso óptimo de las redes sociales como elemento dinamizador y generador de confianza y mejora de la marca

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, LEGISLACIÓN Y GESTIÓN ESPECÍFICAS DEL SECTOR ENOTURÍSTICO

- Sistemas de calidad aplicados al enoturismo.
- Sellos y marcas de calidad
- La calidad como elemento del marketing del enoturismo.
- Legislación y marco regulador aplicados a el enoturismo.
- La planificación del enoturismo.
- El marco institucional y administrativo del enoturismo.
- Asociacionismo en el enoturismo

AREA DE JURÍDICO – FISCAL EN LA EMPRESA

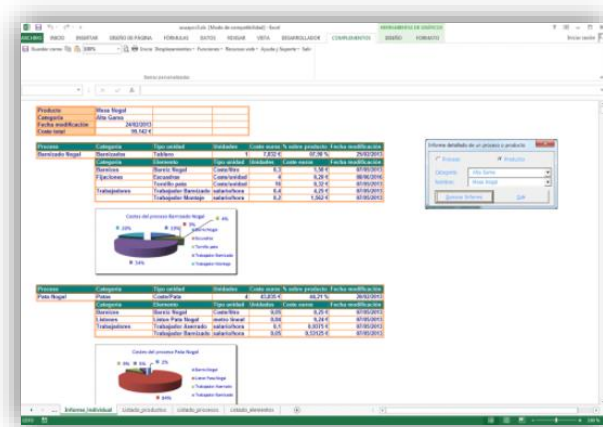


- Legislación general aplicable.
- Legislación específica aplicable.
- Sistemas de Estimación Directa, Indirecta y por Módulos.
- Relaciones con las Administraciones Públicas, Seguridad Social y Administración tributaria.
- Modelos de contratos empresariales y profesionales propios del sector.

AREA DE FINANZAS

Saber lo que te cuesta el producto es fundamental. Es a partir de entonces cuando comienzas a pensar en su precio de venta, a preocuparte por si será o no un producto vendible y, por tanto, si merece o no la pena mantenerlo. Cómo comprar y vender; como gestionar a proveedores; almacenaje y stock, son algunos de los conceptos a trabajar.

- Estructura financiera básica de la empresa.
- Propuestas de organización del área administrativo-financiera.
- Los estados y documentos financieros:
 - a) Balance de Situación
 - b) Cuentas de Explotación y Resultados
- Concepto y acciones de Control de Gestión.
- Indicadores de gestión.
- Política de precios.
- Estimación y presupuestos de ingresos y gastos.



AREA DIRECCION DE PROYECTOS FINAL.



- 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.



www.incyde.org



[@FundacionIncyde](https://twitter.com/FundacionIncyde)



www.facebook.com/fundacionincyde



<http://www.linkedin.com/company/fundacion-incyde>