

Memoria Técnica INCOOVA 2022
Informe período de ejecución:
Diciembre Enero 2022-Diciembre 2022

Contenido

A.	PROGRAMA INCOOVA 2022.....	3
a)	Publicidad y difusión.....	3
b)	Selección.....	11
c)	Formación en habilidades	11
d)	Retos.....	12
e)	Formación en modelo de negocio y gestión	13
f)	Mentorías realizadas por proyectos.....	20
g)	Coordinación.....	21
h)	Los partners del programa INCOOVA.....	21
i)	Equipos y proyectos.....	23
B.	CONSOLIDACIÓN DE EQUIPOS INCOOVA 2020.....	53
a)	Formación.....	54
b)	Mentorías	55
C.	ASESORAMIENTO EMPRENDEDOR	55

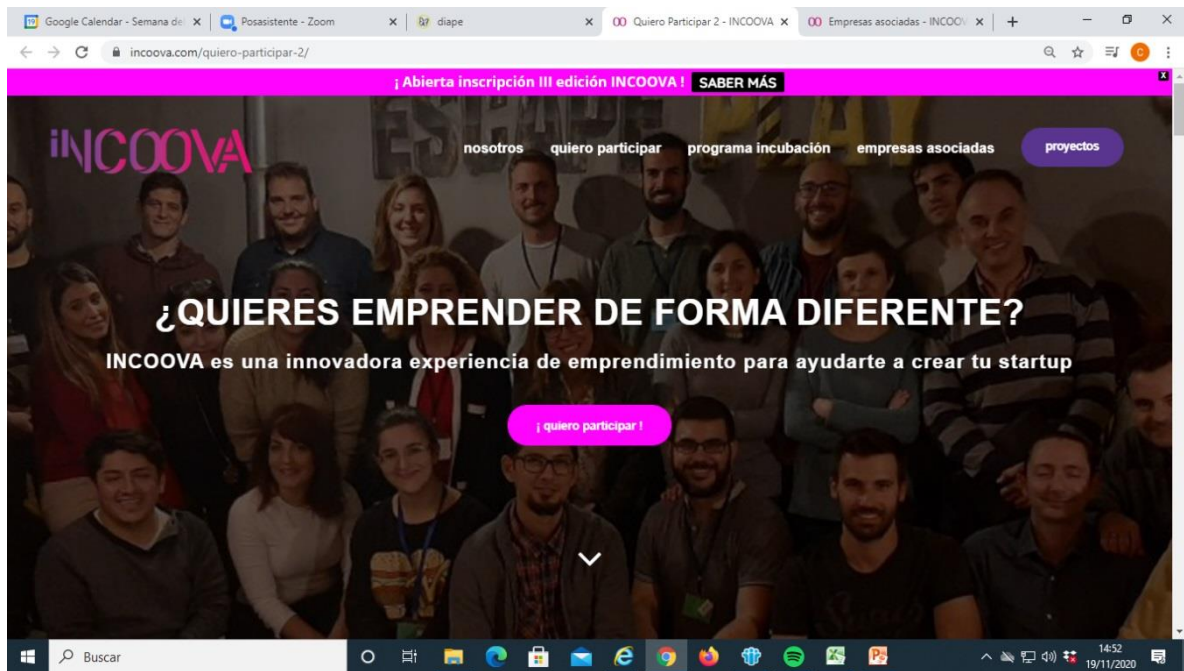
A. PROGRAMA INCOOVA 2022

a) Publicidad y difusión

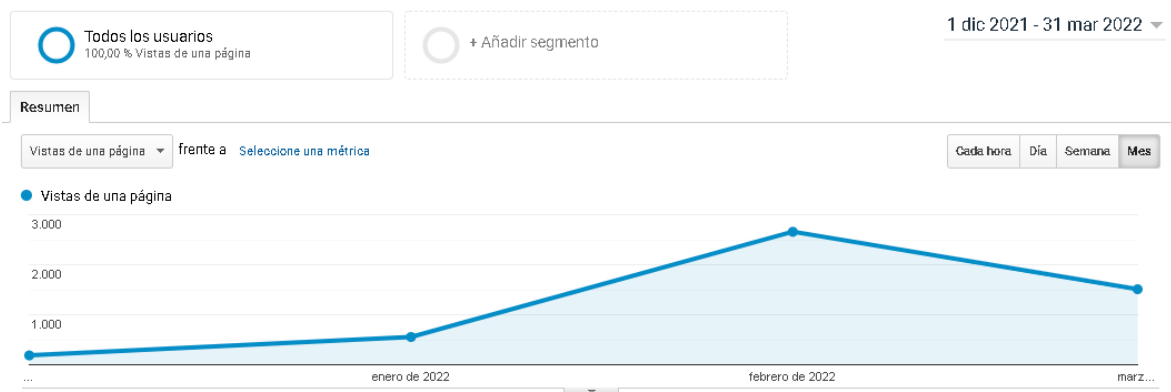
Durante el mes de Enero y Febrero 2022 se inicia la campaña de difusión para la captación de los participantes.

Las actuaciones realizadas han sido:

- a) **Elaboración de una landing page** exclusivamente para lanzar la convocatoria: <https://incoova.com/convocatoria/>



Como registra Google Analytics se ha producido un fuerte incremento de tráfico de manera ascendente durante los dos meses de captación.




- b) **Campaña en las Redes Sociales:** Facebook ADDS, Twitter y LinkedIn

- Facebook ADDS:** Del 7 al 20 de febrero de 2022 se lanzó campaña donde el usuario rellenaba directamente el formulario en el propio anuncio. El motivo fue que en la campaña anterior el resultado de mandar al formulario de la web no fue muy exitosa. Se lanzaron 5 anuncios, 3 nuevos y 2 reaprovechados de la campaña anterior

Activa	Anuncio	Resultados	Alcance	Impresiones
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio 1 INCOOVA intereses empleo	8 Clientes potenciales...	8044	13 956
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA spot final	3 Clientes potenciales...	2412	4727
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA spot inicial	8 Clientes potenciales...	5758	12 247
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA imagen fija 1	2 Clientes potenciales...	3028	5174
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio 2 INCOOVA intereses empleo	1 Cliente potencial e...	2134	2922
Resultados de 5 anuncios		22 Clientes potenciales ...	15 816 Personas	39 026 Total

Ejemplo creatividad gráfica (orientando al usuario hacia empleo o hacia el emprendimiento)






Proyecto INCOOVA

¡Lanza tu proyecto con todas las facilidades!

Si eres titulado universitario y tienes ganas de emprender, trabaja con las mejores empresas y asociaciones de la Región de Murcia desarrollando ideas que pueden cambiar tu carrera profesional

Siguiente



Información de contacto

Déjanos tus datos para que podamos mandarte el enlace de la sesión online de presentación. No hacemos nada de spam.

Correo electrónico

Escribe tu respuesta.


Nombre

Escribe tu respuesta.

Apellido

Escribe tu respuesta.

Siguiente



Proyecto INCOOVA

¡Perfecto! Has completado tu solicitud.

En breve te mandaremos por email el enlace para la sesión de presentación online.

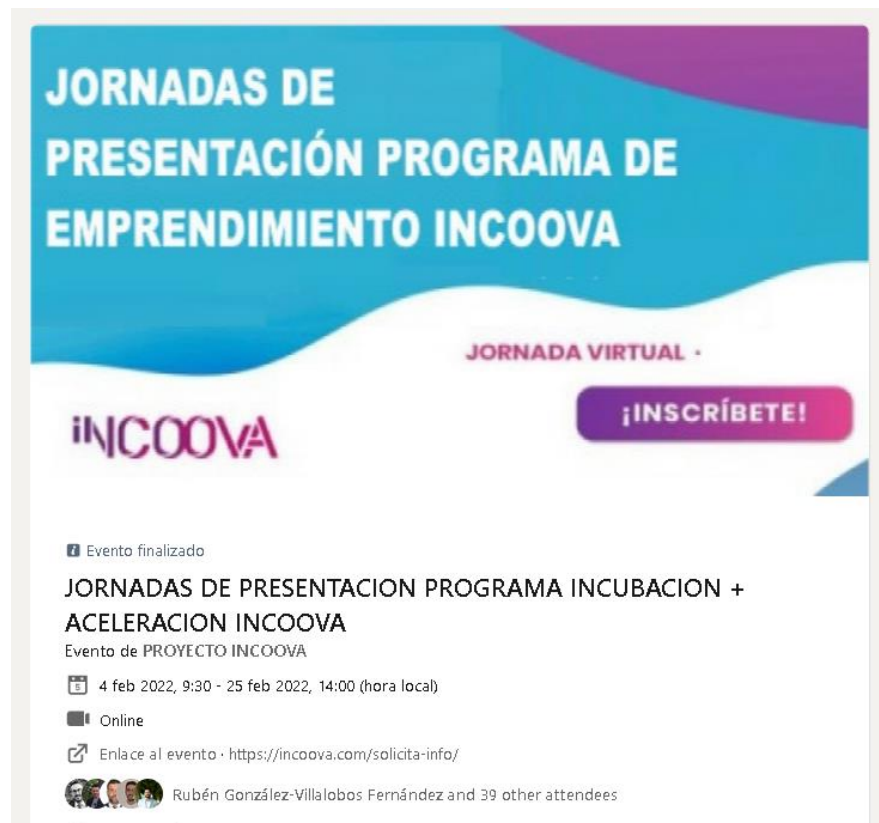
Mientras tanto, si quieres visita nuestra web para que conozcas más sobre el proyecto!

Has enviado tus respuestas correctamente.

Visitar web INCOOVA

Activa	Anuncio	Resultados	Alcance	Impresiones	Coste por resultado
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio 1 INCOOVA intereses empleo	8 Clientes potenciales...	8044	13 956	22,61 € Por clientes potenciales...
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA spot final	3 Clientes potenciales...	2412	4727	34,11 € Por clientes potenciales...
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA spot inicial	8 Clientes potenciales...	5758	12 247	24,85 € Por clientes potenciales...
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio INCOOVA imagen fija 1	2 Clientes potenciales...	3028	5174	52,48 € Por clientes potenciales...
<input checked="" type="checkbox"/>	Anuncio 2 INCOOVA intereses empleo	1 Cliente potencial e...	2134	2922	76,87 € Por clientes potenciales...
	Resultados de 5 anuncios	22 Clientes potenciales ...	15 816 Personas	39 026 Total	30,17 € Por clientes potenciales...

- **LinkedIn:** Desde finales de Enero 2022, se creó un evento en LinkedIn para hacer promoción del mismo y dirigir potenciales leads a la landing de INCOOVA. Con 40 usuarios de LinkedIn inscritos y redirigidos a la landing.



A cada usuario que se inscribía en el evento se le mandaba un recordatorio para que visitara la landing y rellenara allí el formulario web, así como recordatorios si no lo habían completado y contestación de dudas



PROYECTO INCOOVA • 12:53

Adrián, no te olvides de rellenar el formulario en <https://incoova.com/solicita-info/> para recibir el enlace de zoom de la jornada online!



Jornada de presentación 3ª edición programa INCOOVA
incoova.com • 1 min de lectura



PROYECTO INCOOVA • 12:13

El miércoles 10 es la última sesión de presentación de INCOOVA, el programa de emprendimiento de Croem e INFO Reg Murcia referente en la Unión Europea.

Si no pudiste asistir a alguna de las anteriores o se te ha pasado, rellena de nuevo el formulario en <https://incoova.com/solicita-info/> para recibir el enlace de zoom de la jornada online!

Un saludo

Equipo INCOOVA



- **Twitter:** Durante los meses de captación (ENERO-FEBRERO) las publicaciones se centraron principalmente en obtener leads de candidatos

Tweets	Tweets destacados	Tweets y respuestas	Impresiones	Interacciones	Tasa de interacción
Promocionado					
	INCOOVA emprende en CROEM @incoova · 25 ene.	Llamando a todos los emprendedores y emprendedoras de #RegióndeMurcia	3.179	109	3,4 %
<p>Abierto plazo INCOOVA la incubadora de @croemurcia + @infoMurcia</p> <ul style="list-style-type: none"> ven con tu idea o diseñala aquí ven con tu equipo o fórmalo aquí 100% gratis <p>Infórmate en incoova.com/solicita-info/</p> <p>#INCOOVate pic.twitter.com/VDRpyimlQn</p> <p>Ver la Actividad del Tweet</p>					
	INCOOVA emprende en CROEM @incoova · 28 ene.	Llamando a los emprendedores de #RegióndeMurcia	1.077	57	5,3 %
<p>Abierto plazo INCOOVA la incubadora de @croemurcia+ @infoMurcia</p> <ul style="list-style-type: none"> ven con tu idea o diseñala aquí ven con tu equipo o fórmalo aquí 100% gratis 					
	INCOOVA emprende en CROEM @incoova · 15 feb.	⚠️ DISCLAIMER: No digas que no avisamos ⚠️	803	20	2,5 %
<p>Si quieres emprender DE VERDAD te quedan pocos días para enrolarte en la incubadora+aceleradora #INCOOVate de @croemurcia + @infoMurcia</p> <p>¿Vas a dejar pasar TU oportunidad? Infórmate en incoova.com/solicita-info/</p> <p>tic, tac, tic, tac... pic.twitter.com/Yuse2A6v0k</p> <p>Ver la Actividad del Tweet</p>					
	INCOOVA emprende en CROEM @incoova · 7 feb.	¿Por qué INCOOVA es (probablemente) el mejor programa de #emprendimiento de #RegióndeMurcia?	742	31	4,2 %
<p>¡Nuestros participantes te lo cuentan en 90'!</p> <p>Infórmate en incoova.com/solicita-info/</p> <p>#INCOOVate programa de @croemurcia+@infoMurcia</p> <p>#emprendedor #startup #innovación #emprender pic.twitter.com/bxGMRfhGR</p> <p>Ver la Actividad del Tweet</p>					

TWITTER	Enero 22	Febrero 22
TWEETS	14	17
IMPRESIONES	6.300	9.200
INTERACCIONES	107	180

LINKEDIN	Enero 22	Febrero 22
PUBLICACIONES	6	13
IMPRESIONES	5.631	8.230

29.361 impresiones ENERO A FEBRERO

489 impresiones/día

9,5 interacciones/día

- c) Adicionalmente con todas las personas que han solicitado su participación en el programa se les ha convocado a una **sesión informativa** de duración 1 hora aproximadamente, con la finalidad de despejar cuantas dudas pudieran surgir respecto de la metodología y los objetivos de INCOOVA. El total de charlas realizadas han sido 4. El calendario ha sido el siguiente:

FECHA	ZOOM
04-02-2022	Charla-presentación
11-02-2022	Charla-presentación
08-02-2022	Charla-presentación
25-02-2022	Charla-presentación

- d) **Jornada intermedia ante el INFO:** el día 8 de Julio de 2022, se realizó una jornada presentación de los 10 proyectos que hasta esa fecha habían participado en el programa en su segunda fase. Cada proyecto presentó su misión, objetivos y propuesta de valor.





- e) **Jornada de cierre del proyecto:** el día 28 de Diciembre, celebramos la jornada de cierre del programa de esta edición. Siete proyectos finalistas, con el prototipo muy avanzado o bien ya facturando, expusieron ante el Director del INFO y ante el secretario general de CROEM, los hitos alcanzados y los objetivos a corto plazo.



f) **INCOOVA en los medios de comunicación**

- PROGRAMA TALENTO EMPRENDEDOR EN ONDA REGIONAL DE MURCIA
<https://www.orm.es/programas/plaza-publica/plaza-publica-talento-emprendedor-4-incoova-programa-incubacion-croem-info/>
- MURCIA PLAZA
<https://murciaplaza.com/la-tecnologia-murciana-que-terroriza-a-los-insectos-coplain-desarrolla-un-sensor-de-plagas>

- MURCIA STARTUP

<https://www.murciastartup.com/articulo/ecosistema/que-es-incoova/20220603071440001103.html>

- JORNADA FINAL

<https://www.murciastartup.com/articulo/eventos/son-emprendedores-que-han-llegado-final-programa-incoova/20221228132416002052.html>

[https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=115023&IDTIPO=10&RASTRO=c818\\$3\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=115023&IDTIPO=10&RASTRO=c818$3$m)

<https://www.murcia.com/region/noticias/2022/12/28-siete-emprendedores-llegan-a-la-final-del-programa-incoova.asp>

<https://www.la7tv.es/articulo/emprendimiento/son-emprendedores-llegan-final-programa-incoova/20221228132229008246.html>

b) Selección

Se han recibido 147 solicitudes de participación en el programa, por diversos motivos como falta de cualificación suficiente, no compatibilidad de horarios, o bien que el programa no respondía a sus necesidades, fueron seleccionados inicialmente 53 personas que comenzaron la formación en habilidades.

Para la selección se les ha solicitado, tanto el DNI, como la titulación requerida y una ficha de recogida de información inicial.

c) Formación en habilidades

En esta etapa inicial que consiste en que los participantes se conozcan y establezcan lazos de confianza se han realizado 9 sesiones formativas por un total de 30 horas. El calendario de los talleres realizados se exponen en la siguiente tabla:

01/03/2022	MOTIVACIÓN Y ESPIRITU EMPRENDEDOR	JAVIER SOTO	4
03/03/2022	PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA Y MINDSET EMPRENDEDOR	CARLOS CABALLERO	3
08/03/2022	CLAVES EMPRENDIMIENTO	CARLOS CABALLERO	3
10/03/2022	MI MARCA PERSONAL Y FORMACIÓN DE EQUIPOS	ENCARNA TERUEL	4
15/03/2022	AUTOCONOCIMIENTO, EMPRENDIMIENTO, COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE EQUIPOS	CARLOS CABALLERO	3
17/03/2022	AUTOCONOCIMIENTO, EMPRENDIMIENTO, COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE EQUIPOS	CARLOS CABALLERO	3
24/03/2022	CREACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	CARLOS CABALLERO	3
29/03/2022	CREACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	CARLOS	3

		CABALLERO	
31/03/2022	CREACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	CARLOS CABALLERO	4
	TOTAL DE HORAS		30

d) Retos

Paralelamente a la impartición de la formación en habilidades, los alumnos han podido conocer a todas las empresas y asociaciones que a esa fecha habían propuesto algún reto. Los retos propuestos y la fecha de presentación de los mismos se exponen en las dos tablas anexas:

ASOCIACIÓN/EMPRESA	RETO	FECHA DE PRESENTACIÓN
AEMA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de una app de mapeado de los servicios, empresas o proyectos ambientales. 2. Gestión de residuos COVID-19 	03/03/2022
FRECOM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reciclaje de residuos de hormigón. 2. Recuperación de ciertos residuos, como aislantes, espumas, plásticos y yesos derivados de las demoliciones de construcción. 3. Empresa que mejore las situaciones de seguridad en obra con la finalidad de minimizar los riesgos inherentes a la misma, incorporando tecnología con ese objetivo. 	29/03/2022
FREMM	<ol style="list-style-type: none"> 1. App Taller 2. Lanzar nuevos negocios aprovechando la red de distribución de los distribuidores de GLP. 3. Venta de GLP y gasodomésticos: Escaparate virtual. 	08/03/2022
FUNDACIÓN PRIMAFRÍO	Empresa Gestión de residuos.	17/03/2022
AFAREM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rehabilitación de cantera piloto. 2. Valorizar residuos en huecos de canteras 	29/03/2022
UMHC (UNIÓN MURCIANA DE HOSPITALES Y CLÍNICAS)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de dispositivos/robot para patologías con tratamientos o cirugías menos invasivas. 2. Creación de un programa de gestión-puente para clínicas en el ámbito de las aseguradoras. 3. Unificar historias clínicas entre los centros y acceso a la historia intercentros. 4. Creación de soluciones clínicas a pruebas diagnósticas menos agresivas cuando se realicen a los pacientes. 	03/03/2022

	<p>5. Con la rigidez de la nueva normativa en LOPD, avanzar y desarrollar la firma digitalizada de los pacientes.</p> <p>6. La realización de una aplicación que conecte la ambulancia-puerta de urgencias con los datos del paciente actualizados en cada momento.</p>	
FEFE (ASOCIACION EMPRESARIAL DE OFICINAS DE FARMACIA)	<p>1. Programa para redistribución de artículos sin salida en un periodo predeterminado.</p> <p>2. Programa de gestión de cobro de créditos a clientes.</p> <p>3. Aplicación para cribado inicial de enfermedades en la farmacia.</p>	17/03/2022
EMPRESA SEMYMAS	Consultoría y formación en los aspectos técnicos del marketing digital.	17/03/2022
APOEXPA	Reutilización de los residuos generados por los destríos de melocotones y nectarina.	10/03/2022
YOHUMANIZE	APP o Software para contratación de personal y Plataforma "Learning by Doing"	17/03/2022
CAMPOS SERRANO BIOLOGOS, S.L.	Avances en la plataforma de sensores	24/03/2022

e) Formación en modelo de negocio y gestión

De las 53 personas que recibieron formación en habilidades (periodo Marzo- Abril 2022), se formaron 10 equipos para el desarrollo del modelo empresarial, con un total de 32 personas que comienzan con la formación empresarial.

En este segundo y tercer periodo del desarrollo de INCOOVA 2022 (periodo Abril- Noviembre 2022), la formación empresarial impartida ha tenido como finalidad que los equipos avancen en el conocimiento del mercado y el modelo de negocio. El total de horas impartidas han sido 76.

Paralelamente se comienzan con los primeros contactos con las empresas Partners con el fin de que les suministren cuanta información sea relevante para ese avance.

Cada equipo se le ha asignado un mentor o director de proyecto, hay un coordinador general, y la dirección del proyecto en CROEM, que transversalmente realizan cuantas acciones son necesarias para el desarrollo de los proyectos.

En cuanto a la metodología, en esta edición se ha mejorado respecto a las tres ediciones anteriores, proponiendo un seguimiento más exhaustivo del trabajo de los equipos y estableciendo un ranking de excelencia de proyectos.

Por ello, se ha establecido una serie de entregables que los equipos han presentado a su mentor, así como una serie de indicadores que nos van a permitir establecer los proyectos más sobresalientes, de esta forma se produce entre los participantes un modelo competitivo, donde solo los primeros tendrán derecho a diferentes servicios. Así mismo, esa criba nos permitirá que tan solo siete proyectos pasen a la fase final INCOOVA 2022 y destinar de esa forma todos los recursos disponibles a su apoyo.

El detalle en horas, fechas y profesorado que ha participado en las dos fases de formación empresarial, tanto de sesiones formativas como las mentorías, se muestra en las tablas anexas:

FORMACIÓN DE ESPECIALIZACIÓN EMPRESARIAL

FECHA	CONCEPTO	PROFESORADO	HORAS
26/04/2022	ANÁLISIS DE MERCADO SEGMENTACIÓN Y ARQUETIPO DE CLIENTE	JOSE JAVIER RUIZ	4
28/04/2022	ANALISIS DE COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO	JUAN MARTINEZ	4
03/05/2022	VENTAJA COMPETITIVA DIFERENCIAL	JUAN MARTINEZ	4
05/05/2022	DEFINICION MODELO DE NEGOCIO	JUAN MARTINEZ	4
10/05/2022	METODOLOGIA LEAN STARTUP PROCESO DE VALIDACIÓN	JAVIER FERNANDEZ	4
17/05/2022	PIVOTANDO LA ITERACION EN EL PLAN DE VALIDACION	JAVIER FERNANDEZ	4
24/05/2022	COMUNICACIÓN Y PRESENTACIONES PARA LA FASE DE VALIDACIÓN	JUAN MARTINEZ	4
26/05/2022	MARKETING PARA VALIDACION I	JAVIER GÓMEZ	4
07/06/2022	MARKETING PARA VALIDACION II	JAVIER GÓMEZ	4
14/06/2022	MARKETING PARA VALIDACIÓN III	JAVIER GÓMEZ	4
21/06/2022	PREPARACIÓN DEL PITCH DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS	JUAN MARTINEZ	4
29/09/2022	VALIDACIÓN COMERCIAL	ANTONIO SÁNCHEZ	4
06/10/2022	VALIDACIÓN COMERCIAL II	ANTONIO SÁNCHEZ	4
11/10/2022	PROSPECCIONES A TRAVÉS DE LINKEDIN I	JAVIER GÓMEZ	4
13/10/2022	VALIDACIÓN COMERCIAL III	ANTONIO SÁNCHEZ	4
18/10/2022	PROSPECCIONES A TRAVÉS DE LINKEDIN II	JAVIER GÓMEZ	4
20/10/2022	FINANZAS PARA EMPRENDEDORES I	ANA TRENZA	4
27/10/2022	FINANZAS PARA EMPRENDEDORES II	ANA TRENZA	4
03/11/2022	FINANZAS PARA EMPRENDEDORES III	ANA TRENZA	4
TOTAL HORAS FORMACIÓN EMPRESARIAL			76

El detalle de cada una de estas sesiones se muestra a continuación:

Taller: Análisis de mercado, segmentación y arquetipo de cliente. Fecha 26/04/2022.

Contenidos de la sesión:

- Mi idea de emprendimiento, ¿en qué mercado se enmarca y cuál es la fase del ciclo de vida del mercado? ¿Qué implicaciones tiene eso para mi negocio?

- Si tengo que especializarme por las características del mercado, ¿cómo debo segmentarlo? ¿cuáles son las principales técnicas de segmentación?
- ¿Cómo puedo profundizar en la segmentación desarrollando arquetipos profundos de clientes potenciales concretos?
- ¿Cómo construir un arquetipo de clientes?. Introducción a la entrevista problema.

Taller: Análisis de competidores y posicionamiento. Fecha 28/04/2022.

Objetivo: El objetivo del taller es ofrecer comprensión y herramientas para conocer a los competidores, entender su propuesta de valor, los espacios de competencia y las estrategias para diseñar modelos de negocio en espacios de baja competencia

Contenidos de la sesión:

Los contenidos del taller han sido:

- Claves para analizar a los competidores
- Páginas de información empresarial
- Diagrama de ejes para competidores
- Estrategia de océano rojo
- Estrategia de océano azul.
- Identificación de atributos de compra
- Identificación competidores directos e indirectos
- Añadir elementos a la propuesta
- Reducir elementos de la propuesta
- Eliminar elementos, ventajas
- Caso de uso: circo del sol
- Caso de uso: Symphony FILM Orchestra
- Caso de uso: Rice to Riches
- Customer Journey Map para descubrir oportunidades

Taller: Ventaja competitiva diferencial. Fecha 03/05/2022

Objetivo: El objetivo del taller es entender las claves de una buena propuesta de valor enfocándose en la parte práctica y efectiva: conseguir ventas y clientes. Recomendaciones sobre encaje de producto y mercado. Errores típicos en la definición de las propuestas. Innovación bien entendida y permanente alineación con las necesidades de los clientes.

Contenidos de la sesión:

Los contenidos del taller han sido:

- Concepto de propuesta de valor

- Ventaja competitiva
- Competidores directos e indirectos
- Claves para una propuesta de valor eficaz
- Modelo de propuesta de valor mediante Canvas
- Modelo de propuesta mediante lienzo de propuesta de valor
- Dolores del cliente
- Actividades del cliente
- Ganancias del cliente
- Casos de uso, empresas y ejemplos
- La importancia del cliente

Taller: Definición del modelo de negocio. Fecha 05/05/2022

Objetivo: El objetivo del taller es entender el concepto práctico de los modelos de negocio, que elementos lo componen y son clave para su eficacia más allá de la perspectiva teórica. Se plantea el cliente como la clave principal del modelo de negocio y cómo todo debe girar a su alrededor (canales, relaciones, recursos y la propia propuesta de valor). Se analizan diferentes modelos de negocio y herramientas para trabajar adecuadamente

Los contenidos de la sesión:

- Concepto de modelo de negocio
- Canvas de modelo de negocio (Osterwalder)
- La importancia del cliente
- Análisis del cliente: perspectiva demográfica
- Análisis del cliente: actividades, dolores, ganancias
- Canales de comunicación y entrega de valor
- Relaciones y sus tipos
- Recursos clave, con qué contamos
- Actividades clave relevantes
- Flujos de entrada
- Aliados y su importancia
- Modelo de gancho
- Modelo de longtail
- Modelo freemium
- Modelo de plataforma
- Modelo de crowdfunding
- Modelo de selfservice
- Modelo de comisión
- Modelo de opensource
- Otros modelos relevantes

- Casos de uso de empresas y sus modelos.

Taller: Metodología Lean Startup y proceso de validación. Fecha 10/05/2022

Contenido de la sesión:

- Análisis online del tamaño de mercado: utilización de herramientas para conocer el mercado.
- Definir o determinar el sistema de validación online a utilizar, realización de algún tipo de segmentación (sexo, edad, intereses, cargos, zona geográfica), validación de las distintas propuestas de valor y/o validación del precio.
- Las hipótesis como eje del trabajo de validación.
- Técnica y plan de validación.
- El producto mínimo viable

Taller: Pivotando la iteración en el plan de validación. Fecha 17/05/2022

Contenidos de la sesión:

- La iteración en el plan de validación.
- El pivote como técnica de avance en la variación.

Taller: Comunicación y presentaciones para la fase de validación. Fecha 24/05/2022

Objetivo: El objetivo del taller es dotar a los participantes de las habilidades básicas para presentar adecuadamente su proyecto, entendiendo el discurso como un medio para conseguir un fin que tiene diversos componentes: narrativo y de historia, diseño y oratoria.

Dentro del objetivo principal se planteas otros:

- Conseguir que conozcan la estructura típica de un pitch
- La importancia y necesidad de hacer un pitch extraordinario
- La importancia de la verdad y sus tipos.

Contenidos de la sesión:

Los contenidos del taller han sido:

- Objetivo de las presentaciones
- Tipos de audiencia
- Tipos de presentación.
- Gancho
- Problema
- Solución

- Equipo
- Modelo de negocio
- Cómo se hace
- Mercado
- La importancia de las historias
- Las tres verdades: emocional, intelectual y factual
- Estructura de problema-solución
- Análisis de discursos
- Principios de diseño
- Claves de la voz. Entonación, timbre, pausas...
- Estrategias de presentación

Taller: Marketing para validación. Fechas 26/05; 07/06 y 14/06/2022

Contenidos de la sesión:

El marketing operativo trata de buscar mercados a corto y medio plazo y se concreta en decisiones relativas a las 4P clásicas: al Producto, su Precio, su Punto de venta y Promoción con el principal objetivo de aumentar la eficiencia de la comercialización y agilidad organizacional.

El objetivo del taller es que una vez que los alumnos ya han definido en sesiones anteriores su producto, propuesta de valor y target de cliente conozcan las herramientas y estrategias más adecuadas para poder validar Producto, Precio, Punto de Venta y Promoción utilizando herramientas online para ganar tiempo en el proceso de validación.

Una vez que tenemos claro qué estrategias y herramientas vamos a emplear para validar nuestra idea de negocio, en este taller concretaremos y crearemos dichas herramientas, a saber, perfiles sociales, landing web, logotipos, oficinas y sedes virtuales, dominios web y de email, folletos, portafolios ...

ENTREGABLE DEL TALLER: Realizar informe de las herramientas y estrategias de validación online que van a emplear con su proyecto

ENTREGABLE DEL TALLER: Presentar el material de apoyo para la validación: logos, landing, perfiles sociales, portfolios, etc.

Taller: Preparación del pitch de presentación de proyectos. Fecha 21/06/2022

Contenido de la sesión:

El objetivo es realizar un análisis y preparación del pitch de proyecto, en modalidad de presentación, con una duración de entre 4 y 7 minutos en el que se transmita las claves del proyecto durante la estancia en el programa INCOOVA.

Se han realizado reuniones con los proyectos que van a presentar en la jornada de cierre y clausura, análisis y consultoría sobre los proyectos y comentarios y sugerencias en cada uno de los casos.

Taller: Validación comercial I, II y III. Fechas 26/09; 06/10 y 13/10/2022

Contenido de la sesión:

Nos centramos en la presentación de herramientas de gestión que nos permiten optimizar los procesos ventas y todo su proceso así como en destacar la importancia de desarrollar un argumentario comercial y todo el material de apoyo necesario.

- Cómo crear argumentarios de venta.
- Cómo eliminar el miedo a vender.
- Cómo prospectar y conseguir reuniones con nuevos clientes en frío. Guiones incluidos.
- Herramientas de prospección.
- Cómo realizar una reunión o visita comercial.
- Cómo hacer seguimiento a clientes después de la visita o reunión.

Taller: Prospecciones a través de LinkedIn I y II. Fechas 11/10 y 18/10/2022

Contenido de la sesión:

Mostrar a los alumnos el potencial de LinkedIn más allá de una mera red social profesional, para realizar una verdadera prospección comercial y captación de clientes.

Aspectos tratados

- ¿Por qué LinkedIn?
- El nuevo cliente digital
- Venta social (VS): definición y diferencias
- Objetivos de la venta social: embudos de conversión
- Fases del social selling
 - Define a tu cliente
 - Crea tu marca
 - Encuentra personas
 - Escucha
 - Comparte y relaciónate
 - El momento de la verdad
- Tips para lograr un mayor alcance

Taller: Finanzas para emprendedores I y II. Fechas 20/10; 27/10 y 30/11/2022

Contenido de la sesión:

Durante este taller aprenderemos las claves para desarrollar una cultura financiera e incorporar las primeras herramientas de gestión financiera de cara al desarrollo de nuestros proyectos empresariales.

- Balance: plan de inversión (recursos necesarios para iniciar el proyecto) y plan de financiación (financiación necesaria para adquirir los recursos a emplear) actual y proyección a varios años.
- Objetivos de ventas a conseguir en los próximos años.
- Escandallo de producto o servicio.
- Costes Fijos del proyecto.
- Pérdidas y Ganancias: presupuesto de beneficios a 1 y varios años.
- Estado de Tesorería.

El objetivo de esta formación es la valoración de la rentabilidad y viabilidad de cada proyecto.

ENTREGABLE DEL TALLER: calcular a través de diferentes hojas de cálculo las cifras del proyecto.

f) Mentorías realizadas por proyectos

Una vez constituidos los equipos en la fase II y de forma paralela a la formación empresarial se comienzan con las sesiones individuales de cada equipo con los mentores.

Un trabajo ad-hoc para el refuerzo de los conocimientos adquiridos en la formación y el acompañamiento en la evolución del proyecto de cada uno.

El total de horas por equipos y que contempla hasta el mes de Diciembre 2022 se resume en la tabla siguiente:

EQUIPO	FORMADOR	HORAS
KUKLEAN	JAVIER FERNANDEZ	7,5
ESPIRULINA	JUAN MARTINEZ	15
DOQSITE	JUAN MARTINEZ	22,5
TOP RANK PROS	JUAN MARTINEZ	7,5
LA FERMENTERIA	ANA TRENZA	13,5
TOWARDS STARS	JUAN MARTINEZ	3
BRIQUETAS BIO COMBUSTIBLE	JAVIER GÓMEZ	1,5
LABORATORIO EDUCACIÓN CIRCULAR	JUAN GADEO	19,5
ACADEMIA MOMIJI	ANA TRENZA	15

PLANETB-BICHOS	JAVIER GÓMEZ	13,5
STRANGER SKILLS	JAVIER GÓMEZ	4,5
REPLASTIC	JAVIER FERNANDEZ	4,5
TOTAL HORAS		127,5

g) Coordinación

Además de la formación y las mentorías los equipos son entrevistados por el equipo de coordinación cada mes para coordinar las diferentes actividades, detectar necesidades, adaptar contenidos, etc.

El equipo coordinador y los mentores además realizan reuniones periódicas de coordinación para ver la situación de los equipos, planificar acciones o establecer áreas de mejora en la metodología.

El detalle de las horas se detalla en la siguiente tabla:

MENTORIAS	HORAS
KUKLEAN	1
ESPIRULINA	2
DOQSITE (ADHES)	3
TOP RANK PROS	2
LA FERMENTERIA	2
TOWARDS STARS	1
LABORATORIO EDUCACIÓN CIRCULAR	3
ACADEMIA MOMIJI	3
PLANETB-BICHOS	3
STRANGER SKILLS	1
TOTAL HORAS	21

Así mismo se mantienen reuniones con el INFO para mantenerles informados del inicio y evolución del programa. La primera reunión de inicio fue celebrada por zoom el día 23/02/2022.

h) Los partners del programa INCOOVA

Los partners que se encuentran colaborando de alguna forma con el programa se muestran en la siguiente tabla:

ENTIDAD / EMPRESA
UNIVERSIDAD DE MURCIA
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA
TIMUR
FROET

UNIÓN MURCIANA DE HOSPITALES Y CLÍNICAS
FREMM
FRECOM
HOYTÚ
ASEMUPLAST
OMEP
PROEXPORT
AEMA
AREMA
FECOAM
FUNDACIÓN HEFAME
FUNDACIÓN PRIMAFRIO
FEFE
ASOCIACION PROFESIONAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE AGUILAS –
ACIA.
COEC
CECLOR
AFAREM
AMBULANCIAS DE LORCA, S.L.
SEMyMAS
CAMPO SERRANO BIÓLOGOS, S.L.
CAIXABANK
RESTAURANTE SANTA ANA
ENAE -INTERNACIONALES ASSOCIATE DEAN
ALTIPLANO SALUD
AGRUPAL
FUNDACIÓN PATRONATO JESÚS ABANDONADO
APOEXPA
AJE
PEQUEÑA MOMA
SAN CAYETANO
AMEP
ISOL
ALANCIS
AYUNTAMIENTO DE CEHEGIN
COMERCIO Y HOSTELERIA DE CEHEGIN
INFO REGION DE MURCIA
AMIQ
CAMARA LORCA
ANDAMUR
CUBIC FORT
YOHUMANIZE
ALTINOX
CARRILLO ASESORES
ACHO VALLEY
CERVEZAS YAKKA

APICOSE
GUADALÉN
ASAJA REGIÓN DE MURCIA
AMEP
GRUPO AGROPOR
SYMBORG
ASAJA REGIÓN DE MURCIA
PC COMPONENTES
GESA MEDICIÓN CORREDURIA DE SEGUROS
COREMUR COMERCIO REGIÓN DE MURCIA
UPICUS SOFTWARE

i) Equipos y proyectos

En el mes de Abril comenzaron la formación en modelos, prototipado y gestión un total de 13 equipos/proyectos.

Una vez terminado el proceso formativo, quedaron seleccionados para la fase de validación 7 equipos de los 13.

Los siete primeros enumerados en este apartado son los que han pasado a la fase III del programa (septiembre-diciembre 2022) que incluye una intervención más intensa por parte de los mentores, la colaboración con partners y conseguir la validación de los prototipos.

No obstante, los seis equipos que no pasaron a la fase III, se les ha permitido seguir con la formación que se imparte en el programa, y también son descritos en este apartado (los cinco últimos enumerados).

1.-LEC: LABORATORIO DE EDUCACIÓN CIRCULAR



Laboratorio
de Educación
Circular

Equipo:



Foto de equipo:

Rocío Asensio Troyano
Rosa María Manzano Ruiz
Beatriz Navarro Franco
María López Chichen García
Elena Vélez Ortiz
Raúl Moreno Bejar

Propuesta de valor:

Transformar la forma de educar utilizando los desechos de las empresas.

Un punto de encuentro para el mundo de la ciencia y las artes, dónde desarrollar proyectos e investigaciones, realizar talleres con personas diversas o ancianos, y acoger visitas de ciudadanos y escolares para interactuar con el material de desecho.

Lo haremos a través de las más de 20000 toneladas de desechos, material de descarte y excedentes de producción de las empresas de nuestra región, este será el material con el que trabajaremos en el espacio. De esta forma unimos dos mundos, el de la economía circular y la Educación

En LEC albergaremos este material de una forma accesible, estética e inspiradora, lo catalogaremos y dotaremos de un valor pedagógico para que los centros educativos de nuestra región puedan acceder a él en concepto de préstamo y darle así darle una segunda, tercera o cuarta vida introduciéndolos en sus aulas.

El proyecto cuenta con un importante soporte que ofrece formación para los centros que lo necesiten así como la posibilidad de consultar nuestro catálogo y hacer pedidos online.

Pretendemos ofrecer una nueva forma de consumo con material que ofrece infinitas posibilidades de acción

Hitos conseguidos

1. Clasificación y recopilación del material necesario y diseccionando sus características y múltiples aplicaciones.
2. Estudiando y validando el mercado a través de nuestro departamento de formación y el estudio de diferentes redes sociales.
3. Plataforma de formación a pleno rendimiento.
4. Múltiples reuniones con diferentes empresas y organismos para la cesión de espacios y material.
5. Creación de una muestra de 25 centros educativos para la prueba piloto, que ya han mostrado su interés por participar.
6. Participación en eventos para mostrar las bondades del proyecto y varias previstas en los próximos meses.

Plan de acción:

1. Finalizar con la landing page y la repercusión en RRSS
2. Constitución de la empresa
3. Ser gestoras de residuos
4. Conseguir financiación
5. Obtención del espacio para el almacenaje del material
6. Suministro del material y formación de 25 centros educativos de la región



Nuestro partner:



2.- PLANET B. CENTRO TECNOLÓGICO DE LOS INSECTOS



Equipo:



Foto de equipo:

Raúl Marín Garay
Natalia Artemenko Tatarinova

Propuesta de valor:

El Centro Tecnológico de los Insectos es un centro que da soporte a las diferentes empresas de alimentación animal y alimentación humana que quieran buscar nuevas soluciones a sus productos con la incorporación de los insectos en ellas. Se brindará

soporte para desarrollar nuevos productos con la incorporación de proteína de diferentes insectos aprobados por la UE.

Dentro de nuestra propuesta, daremos más visibilidad ante la industria alimentaria animal y humana a todas las empresas que actualmente están produciendo insectos en diferentes escalas (Entomo, Biofly Tech, Insgood...)

Se trabajará en el sector de la alimentación animal para desarrollar nuevos piensos para la acuicultura, la ganadería porcina y la avícola, buscando la mejor proporción de insectos para el desarrollo de los animales. Se elaborarán estudios cualitativos de los animales, así como un análisis exhaustivo por parte de veterinarios que evaluarán todos los procesos de los animales para garantizar su bienestar, su crecimiento y su salud. De la misma forma, se estudiará el producto final para evaluar si la alimentación con este nuevo pienso repercute en los valores nutricionales y en las características organolépticas.

Por el lado de la alimentación humana, se trabajará con todas aquellas empresas que quieran incorporar a sus productos las harinas de insectos. De igual forma que con la alimentación animal, se estudiarán los valores nutricionales y organolépticos del producto final, para ofrecer un producto final acorde a las exigencias de cada fabricante.

En concreto, el CTNI centrará sus esfuerzos en implementar una economía circular en torno a la cría y producción industrial de las distintas especies de insectos, así como sus diversas aplicaciones, con la finalidad de:

- Disminuir la huella de carbono y el impacto medioambiental de la ganadería y la acuicultura.
- Reducir el uso de fertilizantes y productos fitosanitarios en la agricultura.
- Mejorar la seguridad de suministro de materias primas.
- Revalorizar subproductos de la industria alimentaria.
- Promover la utilización de fuentes de energía renovables en todos los procesos de producción.
- Desarrollar nuevos fármacos a partir de sustancias con capacidad antimicrobiana producidas por insectos.

Hitos conseguidos:

Los principales hitos conseguidos han sido las primeras reuniones con empresas de diferentes sectores industriales como han sido:

- UMU, Universidad de Murcia, primeras reuniones con el Vicerrector de la UMU para hablar de nuestro proyecto, de la implicación que tiene y de la colaboración directa con la UMU en el desarrollo del mismo.

- Convenio marco con grupo de investigación de la Facultad de Veterinaria (UMU), que convalida la intención de la investigación dentro del CTNI.
- Cereales y Harinas Garsán, S.L una de las empresas más importantes de comercialización de cereales, harinas, semillas oleaginosas, legumbres y aceites en España, con más de 30 años de experiencia en el sector y con una presencia cada vez mayor a nivel Europeo e internacional.
 - Entre las 10 mayores empresas de la región de Murcia por ventas.
 - Cada día más de 150 camiones llevan sus mercancías.
 - Entre las 10 mayores empresas de cereales de España.
 - Tienen clientes en más de 20 países.
- Mas Trigo, S.L una de las empresas de alimentación con más proyección en el sector panadero y que apuesta por la sostenibilidad y la innovación en sus elaboraciones.
- Tilamur, S.L. Se ha establecido una relación de colaboración con ellos para la utilización de sus instalaciones para implantar ensayos y pruebas piloto en el desarrollo de los procesos industriales.

Plan de acción:

Actualmente el CTNI cuenta con 4 módulos de cría de insectos. En estas granjas se están criando 4 especies aprobadas actualmente por la Unión Europea para su utilización en alimentación humana y animal, y cuentan con otras 4 especies de especial interés, entre las que destaca el Gusano Rey *Zophobas morio*, especie que aún no está aprobadas para su uso en alimentación humana y animal pero que está en trámites de aprobación por la UE para su utilización en piensos de animales. Se trata de una especie que permite el desarrollo de nuevas investigaciones para valorizar subproductos y evaluar la posibilidad de producir insectos con porcentajes equilibrados de proteínas/grasas/hidratos de carbono. Se cuenta también con los laboratorios que biología molecular y biotecnología que utiliza la spinoff de la Universidad de Murcia Arthropotech, cofundadoras de este proyecto.

Estas circunstancias permitirán al CTNI estar en una posición estratégica en la carrera de la investigación y desarrollo de futuras aplicaciones.

Este proyecto tendrá **una fase inicial (36 meses)** donde se parte de unas instalaciones existentes de 4 granjas para la cría de insectos y donde se construirán 5 módulos más para el estudio de más especies de interés y para aumentar la producción existente. En esta fase se realizarán los primeros estudios con los diferentes usos sectoriales (alimentación animal, abonos,

Web: www.planetb.es

3.- ARKESANO



Equipo:



Foto de equipo:

Luis Rojo Trigueros
Almudena Abellán Marín

Propuesta de valor:

Introducimos una **nueva manera de untar y dipear** en el mercado, con gran impacto en la salud de nuestros clientes, a través del desarrollo de una gama de productos fermentados elaborados artesanalmente a base de semillas y plantas ¡100% vegetal, rico en probióticos e increíblemente sabroso!

Ayudamos a las personas a mejorar su alimentación dentro y fuera de casa de manera rápida y sencilla, facilitando además la posibilidad de incluir almuerzos y meriendas saludables y sabrosas para nuestros hijos.

- Nuestros productos son integrales, sin adulterar y sin aditivos artificiales.
- Aptos para veggies, celíacos e intolerantes a la lactosa.
- Aptos para niños y adultos
- En el desayuno, el almuerzo, la comida, la merienda o la cena
- Para llevar a la oficina, la playa, el monte, de festival o de escapada de fin de semana
- Para untar, dippear, aderezar o añadir en tus propias creaciones
- Para cuidarse y para cuidar de los tuyos y el medio ambiente
- Sin desperdicio: todas las mermas de nuestros ingredientes se usan para la elaboración de compost que se destina a la regeneración del suelo de una finca.
- El hecho de estar fermentado y ser probiótico añade numerosos beneficios demostrados científicamente: fortalecimiento del sistema inmune, equilibrio de la microbiota, mejor adsorción de minerales y estímulo de vitaminas, detoxificación, regeneración intestinal y celular, generación de enzimas y proteínas vegetales de alta calidad y apoyo a la digestión, entre otras.

Hitos conseguidos:

Obrador:

- Tenemos obrador en el hotel de empresas de Molina de Segura, con 50m2.
- Hemos realizado obras según normativa de sanidad, tales como:
- División zona elaboración y almacén.
- Obra de estructura terminada.
- Estamos con la fontanería y electricidad, se espera terminar en noviembre.
- Instalada cámara frigorífica, mesa de acero inoxidable, mesa de apoyo y zona de fregadero.
- Mobiliario de recepción comprado.
- Falta alguna estantería de almacenamiento.

Licencias:

Memoria a presentar a sanidad para obtención de registro sanitario realizada: HECHO Y OK

- Distribución del obrador.
- APPCC - análisis de problemas y puntos de control crítico.
- Fichas técnicas terminadas.

- Pruebas de trazabilidad están hechas:
 - La vida útil de los dos sabores está en 60 días, y el otro en 45 días manteniendo la cadena de frío.
 - Proceso de fabricación y su seguimiento.
- Análisis microbiológico: PENDIENTE, POR NO SER NECESARIO de momento y hasta previo aviso
 - Centro tecnológico de la conserva
 - Laboratorio externo.

Marketing:

- Marca patentada
- Imagen corporativa ya diseñada. Pendiente:
 - implementar en RRSS
 - Plantilla de la web obtenida + herramienta de diseño web Elementor.
- Registrado el nombre de **arkesano** en RRSS pero aún sin publicar.

Ventas:

- Juan de Dios, propietario de la Flor de Murcia, interesado en la comercialización de nuestros productos.
 - Red de tiendas clientes.
 - Marca propia con productos murcianos.
- También Biosegura, asociación de consumo ecológica con muchos socios quiere vender nuestros productos.
- Personas que los han probado hablan de nosotros y esperan su comercialización.

Plan de acción:

Actividad:

1. Solicitud del registro online de sanidad, una vez tengamos:
 - Reforma finalizada.
 - Alta Seguridad Social
2. Solicitud de la licencia de actividad concedida por el Ayuntamiento, puede ser inmediata si la actividad es inocua (sin residuos), y la nuestra lo es.
 - Ver bonificación del ayuntamiento para reducción del coste de la licencia.
3. Solicitud de sello ecológico:
 - Dar de alta cuando facturemos, es un mes de tramitación.

Financiación:

1. Plan financiero revisado en inversión y financiación.
2. Necesitaremos 6.500 euros para invertir en maquinaria.
 - a. La Batidora que tenemos es profesional pero no industrial, la necesitaremos ampliar pronto.

- b. También necesitaremos en el futuro una rellenadora de tarros y envasadora al vacío (aumenta la vida útil del producto).

Marketing:

1. Perfiles de **arkesano** abiertos en RRSS, a la espera de tener algo iniciado que mostrar.
 - a. Publicaremos la evolución de la creación del obrador, nuestra inmersión en Incoova y la carta de productos que vamos a ofrecer.
2. Nos pasaremos a productos ecológicos:
 - a. Pendiente de facturar para solicitar el sello ecológico.
3. Web pendiente:
 - a. Compra plantilla web y herramientas Elementor.
4. Estrategia de marketing
 - a. Digital: RRSS, web, blog, webinar, directos YouTube
 - b. Presencial:
 - i. catas y degustaciones
 - ii. promociones
 - iii. ferias y eventos
 - iv. buscar restaurantes conocidos en Murcia con Instagram para hacer colaboraciones
5. Venta online (creación de tienda online)

Ventas:

1. Estrategia de venta:
 - a. Hacer rutas comerciales por herbolarios, tiendas especializadas, gourmet y tiendas ecológicas.
 - b. Lista por pueblos, desde el obrador con estrategia mancha de aceite.
 - c. Análisis de coste de reparto y entrega:
 - d. Hacer catas y degustaciones dónde esté nuestro público objetivo:
 - i. Ferias, para captar clientes y conseguir visibilidad del producto.
 - ii. Artesanía
 - iii. Ecológicas
 - e. INFO, CROEM, AJE y otras asociaciones empresariales, para captar colaboradores comerciales.
 - f. Colegios para conseguir visibilidad del producto en uno de nuestros principales consumidores finales o nichos: las familias.

Web: www.arkesano.com

4.- DOQSITE



Equipo:



Foto de equipo:

Jona Lorenzo
Francisco Cebrián
Alejandro Molina

Propuesta de valor:

Facilitamos el trabajo de hospitales, médicos y proveedores profesionalizando y optimizando los pedidos.

Para ello, hemos creado un software con una interfaz amable e intuitiva para el usuario que permite la solicitud de materiales protésicos quirúrgicos unificando en la misma plataforma a hospitales, médicos y proveedores mediante un flujo de trabajo bien definido, automatizado, confiable y con trazabilidad de cada paso. Todo ello conlleva la optimización de un proceso hasta ahora manual generando finalmente la digitalización de pedidos y hojas de implantes así como sus validaciones.

Hablamos, por tanto, de aportar gran valor en el sector de la salud mediante la digitalización, con un software que no plantea problema alguno de integración con los programas actuales, y que va a generar la primera hoja de implantes hospitalarios digital en la Región de Murcia.

Y es que, con 14 años de experiencia en los servicios y quirófanos de traumatología, hemos detectado dos problemas importantes y que podemos mejorar:

Los médicos no disponen de una herramienta profesional con la que realizar pedidos de las prótesis que posteriormente van a implantar en el quirófano. Utilizan whatsapp.

La hoja de implantes que refleja cada material (placa, tornillo...), y que es imprescindible, se rellena a mano y en un papel en pleno quirófano, bien por el personal médico presente o bien por el comercial. Esto supone luego un proceso de registro en el hospital que duplica el trabajo y que contiene errores por fallos en los números de serie y derivados, lo que conlleva un retraso en la gestión y administración del hospital.

¿Qué aporta doQsite?

doQsite es una herramienta para la profesionalización integral del proceso de gestión de materiales quirúrgicos en el eje formado por médicos, marcas proveedoras y hospitales de ámbito público y privado, mediante 2 funciones:

- Creación de un canal específico de comunicación entre los cirujanos y las casas comerciales proveedoras, para proceso de solicitud y aprovisionamiento de material quirúrgico.
- Digitalización de la Hoja de registro de implantes para su empleo por servicios de facturación.

Los beneficios de esta vía de mejora repercuten de forma directa e inmediata en la optimización de la gestión económica y de recursos humanos. Permite la “trazabilidad” del material quirúrgico y protésico que, además de un elemento importante a nivel administrativo, constituye un arma fundamental en la seguridad del paciente.

Hitos conseguidos:

- Desarrollada la app para la fase beta: Ya tenemos desarrollada la App y nos encontramos realizando pruebas de carga para comprobar su funcionamiento óptimo en situaciones extremas así como, paralelamente, avanzar en el modelo de la fase 2 del proyecto.
- Presentada la demo oficial tanto a INCOOVA como a la Unión Murciana de Hospitales y Clínicas, nuestros partners, y realizar un pedido en directo. El feedback ha sido tremendamente favorable y hay encaje perfecto en el planteamiento problema – solución
- Concertadas dos pruebas piloto con dos hospitales privados: Hospital Mesa del Castillo y Hospital Perpetuo Socorro de Cartagena, para inicios de 2023.
- Acuerdo de los socios para crear una sociedad mercantil
- Captación de las primeras marcas comerciales para mostrar sus catalogos en la aplicación
- Hemos hablado también con todas las marcas que trabajan en la sección anatómica de rodilla, que son 15, y están encantadas de formar parte de la aplicación, tanto que han sido las propias marcas las que nos han facilitado su catálogo para incorporarlo. Habida cuenta de que, tras el periodo de prueba, serán las que paguen por pedido, es una gran noticia contar con el 100% de aprobación. Y es que, en nuestro modelo de negocio, tanto los cirujanos como los hospitales tienen uso gratuito.
- En lo referente a los médicos, por el momento lo hemos mostrado a medio centenar y a todos les ha gustado lo intuitivo del programa confirmando que van a utilizar **doQsite** para sus pedidos.
- En lo referente al programa, nuestro trabajo tenía un componente arduo pero necesario como era el hecho de coger el portfolio de todos los productos que pueden implantarse en rodilla (y que valen para toda España lo que nos ayuda en el aspecto de la escalabilidad al no volver a tener que meterlos), y clasificarlos según criterio médico: Zona anatómica, técnicas (artroscopia, prótesis, artrodesis...) y, a su vez, en un tipo de técnica dentro de las mismas (ligamentos, sutura meniscal...). Así, y tras su clasificación, podemos decir que hemos estructurado la rodilla en 5 técnicas y 18 tipos de técnicas para un total de más de 100 productos que incluyen más de 25.000 referencias (cada una con su número de serie). Lo completo del programa ha sido motivo de alabanza por parte de hospitales, casas comerciales y médicos.

Plan de acción:

Tras la reunión con la UMHC, a quien le pareció una muy buena solución y nos avaló en la creación de la misma convirtiéndose en nuestro partner, y mientras empezamos a

desarrollarla, validamos con los médicos el uso de la App haciendo las modificaciones que nos vayan indicando para que, además de hacerla según sus necesidades, se conviertan en embajadores de la marca. Además, ya estamos digitalizando el portfolio de las marcas para incorporarlas al software que exponemos.

El plan que vamos a seguir es el de hacer una beta cerrada con un número de médicos por determinar de forma que la vayan utilizando, se familiaricen con su uso y nos den el feedback necesario para su implantación. Habida cuenta de que este MVP no puede fallar, paralelamente iremos haciendo multitud de pruebas internas para verificar su funcionalidad antes del lanzamiento. Y, una vez tengamos comprobado que carece de fallos y esté totalmente validado, procederemos a su implantación (solo en la sección rodilla) siendo de forma gratuita para hospitales y médicos mientras que las marcas tendrán un periodo de prueba gratuito de 60 días. Posteriormente o mientras dure esta implantación en rodilla, lo iremos ampliando al resto de secciones anatómicas. En la actualidad hay 219 colegiados de cirugía ortopédica y traumatología en la Región, nuestro objetivo es que todos ellos lo utilicen.

Sabiendo que el desarrollo completo de la App, en su versión MVP, lleva un periodo aproximado de 3 meses y que vamos a trabajar durante el verano, esperamos tenerlo listo sobre octubre-noviembre y siempre que no haya ningún problema.

En estos momentos, nuestro doctor en informática y miembro del equipo se encuentra analizando concienzudamente el flujo del programa a desarrollar para valorar si montamos un equipo propio, contratando personal que trabaje bajo sus parámetros, o contratamos a una agencia que desarrolle el software según sus parámetros e indicaciones de forma que posteriormente él, y el resto del equipo, podamos llevar el control de forma propia. Contamos con capital para el desarrollo y los costes de mantenimiento posteriores no son excesivamente altos. Sea como fuere, mantenemos el objetivo de tenerlo listo en el plazo antes comentado.

Partner:



5- MORAK



Equipo:

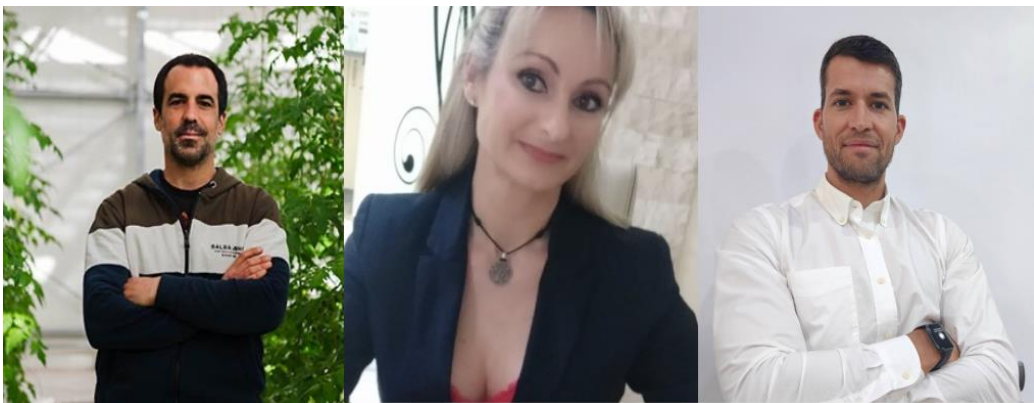


Foto de equipo:

Mariana Mora Camacho
Raúl Marín Garay
David Verdiel Cubedo

Propuesta de valor:

Producción de espirulina totalmente sostenible con más del 65% de contenido en proteínas para hacer tu alimentación más saludable y con residuos cero.

Pretendemos centrarnos en la innovación con el estudio de algunas formas de consumo de Espirulina:

-Inclusión de Espirulina en fideos en ensaladas al vacío. Para evitar alterar (aún por estudiar) cualquier componente de la ensalada al vacío, se pretende introducir bolsitas individuales de Espirulina, como los formatos del aceite y la sal.

-Inclusión de cerveza *line* en marcas españolas. Es decir, “cerveza deportiva” sin alcohol de color azul, por su alto contenido de Ficocianina. En España aún sin innovar.

-Inclusión de Espirulina en la cerveza artesanal. Potenciar la marca específica de la cerveza artesanal con la Espirulina.

-Batidos de Espirulina azul. Potenciar los batidos de Ficocianina por su alto contenido de propiedades.

-Creación de grageas de Espirulina en forma de gominola. Se pretende innovar la forma de consumo y así llegar a todos los públicos.

Para septiembre está previsto continuar con la presentación de la documentación del terreno por el ingeniero en el ayuntamiento de Águilas y cuanto antes empezar con la construcción del invernadero, balsas raceways, instalación de riego correspondiente y el obrador. El tiempo estimado de la creación de la instalación es de aproximadamente de dos meses.

Hitos conseguidos:

Morak, tenía focalizada la idea en una producción totalmente sostenible de un cultivo artesanal de espirulina. Pero le ha surgido la oportunidad de acogerse al ofrecimiento que le hace la empresa Ficoinnova.

Una empresa que en la actualidad se dedica al cultivo artesanal de espirulina con una alta calidad en la cepa del cultivo para el consumo humano. Y donde necesitan a otros inversores para seguir innovando en otros productos y su comercialización.

Es ahí donde entra Morak, asociarse con Ficoinnova, para la innovación de nuevos productos con un alto contenido de proteínas en alimentos con bajos macronutrientes y su comercialización. Además de poder distribuir la espirulina en el canal horeca, canal cuarta y quinta gama y otros canales de distribución.

Morak ya ha empezado a prospectar nueva clientela a la cartera de clientes de Ficoinnova para la comercialización de espirulina en escamas y biomasa de espirulina entre otras formas y formatos de venta.

En la actualidad se está negociando la compra o alquiler de un obrador situado a menos de 500m de la zona de producción del cultivo de espirulina de Ficoinnova, donde afinca maquinaria más moderna para la elaboración de la espirulina, laboratorio más completo y una gran capacidad de superficie para trabajar las nuevas ideas de innovación y elaboración de productos artesanales para su comercialización en unos meses con el nombre de Morak.

La determinación de utilizar el nombre Morak o seguir con el actual de Ficoinnova para la comercialización de los nuevos productos, está pendiente de aprobación por Mariano Vidal. (El otro socio de la empresa Ficoinnova que está formada por éste y David Verdiell).

Plan de acción:

A parte de seguir trabajando en prospectar la cartera de clientes con la formación personalizada que nos está ofreciendo Antonio Sánchez para ir cogiendo mayor experiencia en la comercialización de los productos, ya que de momento es lo único que puede aportar Morak a Ficoinnova, se quiere llevar a cabo una página web con el nombre de Espirulina Morak, cuando se tenga claro de qué manera se vincularan ambas empresas.

Acción que esperamos nos ayude María José Torres por su gran experiencia profesional o cualquier otro miembro del programa que nos recomienden.

Ya que Espirulina Morak ha estado “algo” estancada por no saber hacia dónde dirigirse por la nueva oferta ofrecida con Ficoinnova y la falta de decisión de si se va a disolver o no la sociedad de Ficoinnova y ver de qué manera es la más correcta para ambas empresas.

De ahí que Espirulina Morak, aún no tenga su propia página web y haya paralizado de momento nuevas publicaciones en LinkedIn, y R.R.S.S.

Tras una mentoría personaliza esta misma semana con Antonio Sánchez, Morak ya ha cerrado varias citas para la comercialización de espirulina Ficoinnova.

Partner:



6.- TOP RANK PROS**Equipo:****Foto de equipo:**

Pablo Zafrilla
Joan Comín
José Luís Fernández

Propuesta de valor:

Plataforma que actúa como Marketplace poniendo en contacto oferentes y demandantes de conocimiento específico y personalizado, los cuales previamente deben darse de alta como usuarios. El intercambio de conocimiento puede producirse de diversas formas. El usuario puede resolver su duda (1) vía chat, es el modo más sencillo y rápido para atender una duda puntual, (2) también por videoconferencias, para resolver aquellas cuestiones más profundas y que requieren más sosiego y tiempo. Además la plataforma permite un intercambio entre los usuarios de documentos y servicios diversos a través de su (3) tablón de anuncios para los cuales los usuarios oferentes de conocimiento pueden establecer sus precios y condiciones.

Ubicado en un entorno de aplicación móvil y destinado a un gran público inicialmente nacional y con proyección internacional, con la intención de transformarse en plataformas de referencia con óptimas funcionalidades y ágil manejo y valoración, permitiendo y estimulando múltiples formas de contactos entre los usuarios.

Aspectos diferenciadores

El modelo de negocio está basado en nuestra principal ventaja competitiva, nuestra optimizada estructura de costes posibilitando un servicio de precios ajustados, y la facilidad de una escalabilidad del servicio. Servicio diferencial y único basado en las necesidades de un público que quiere resolver sus dudas rápidamente y un profesional que quiere compartir formación y experiencias recibidas de un modo rentable.

Top Rank Pros se presta a aportar una seguridad y confianza en la resolución de las dudas de los usuarios con la devolución de los importes cobrados en caso de no resolver sus dudas o no recibir los estándares de calidad exigidos en los documentos legales. Además de ofrecer alternativas de profesionales que resuelvan sus cuestiones en el caso que sea solicitado.

Plan de acción:

Creemos que es una oportunidad de negocio atractiva, realista, viable, sustentable y escalable.

Consideramos que el timing para desarrollar esta oportunidad de negocio es ideal, las validaciones de las aplicaciones los y Android, y en número de Pros mínimo para el lanzamiento coincidiría con la entrada del año 2023.

- Primera etapa. (hasta 31/7/22). Finalización aplicaciones en ios y android.
- Segunda etapa. (01/08/22 – 30/09/22). Family & Friends + resolución de bugs.
- Tercera etapa. (01/10/22 – 31/12/22). Primeros adoptantes o Early Adopters Pros. Conseguir un mínimo de 10 Pros por cada una de las especialidades de lanzamiento.

Web: www.toprankpros.com

7.- ACADEMIA MOMIJI**Equipo:****Foto de equipo:**

María Isabel Pardo Velasco

David Sánchez García

Propuesta de valor:

Enseñamos idiomas asiáticos a niños, jóvenes y profesionales a través de libros, canciones, doramas y mangas para que mejoren su razonamiento verbal, accedan a mayores oportunidades laborales y disfruten de verdad.

Eslogans: Un pedacico de Asia en Murcia. Tu puerta asiática en Murcia. Llevamos Asia hasta la puerta de tu casa.

Plan de acción:

- Gran objetivo aumentar visibilidad para conseguir más alumnos por hora

Septiembre-diciembre:

- Mantener actividad en las redes sociales
- Formato vídeo cursos de viajes
- Dar charlas en colegios e institutos.
- Salón manga artkam Octubre
- Oferta como idioma de negocio (octubre-noviembre)
- Salón manga Murcia Noviembre
- Conseguir que los idiomas de negocio a partir del año que viene estén en FUNDAE

Web: www.academiamomiji.blogspot.com

PROYECTOS QUE NO PASAN A LA III FASE (sept-dic)

Por diferentes circunstancias, personales o profesionales, hay tres equipos que quedaron sin pasar a la III fase

8.- KUCLEAN



Equipo:



Foto de equipo:

Rubén Francisco Frutos Ros
Sergio Matas Quintanilla

Propuesta de valor:

Convertimos un papel higiénico de toda la vida en una solución de higiene más eficaz y mucho más respetuosa con el medio ambiente, eliminando el uso indiscriminado de las problemáticas “toallitas húmedas desechables”.

KUCLEAN nace para cambiar los hábitos higiénicos más íntimos, consiguiendo añadir mayor eficacia y confort cuando vayamos al baño, haciéndolo de manera alternativa e innovadora, empleando una forma más sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Nuestra “toallita líquida” es un producto que se dispensa en forma de suave y ligera espuma, que se aplica, sobre el papel higiénico, para conseguir un efecto de limpieza y frescor, sin la necesidad de aclarado, al no ser un producto de carácter jabonoso y volatilizarse rápidamente queda una agradable sensación, sin humedad alguna.

Por tanto, Kuclean es eficacia, es innovación, es sostenibilidad y es respeto con el planeta.

Producto destinado mediante sus diferentes gamas y formatos de dispensación para el uso en hogares y empresas, apto para personas de todas las edades incluso en edad infantil, dermatológicamente testado, fórmula con aloe vera y manzanilla.

Plan de acción:

El proyecto se encuentra en fase de desarrollo de producto, contando con el I+D de empresas industriales de reconocido prestigio, en estos momentos se están realizando los tests de prueba de las diferentes formulaciones seleccionadas previamente de entre una gama inicial propuesta, para elegir de entre estas, la que saldrá al mercado en primera instancia.

Paralelamente se está desarrollando el modelo de negocio, plan de empresa, manteniendo contacto con potenciales clientes para la validación de hipótesis y con proveedores para ampliar catálogo de formatos de dispensación, estamos en busca de la financiación necesaria para acometer la primera fase de desarrollo.

Para el próximo mes de agosto se va a constituir la sociedad mercantil que pilotará el proyecto, iniciando todos los trámites administrativos y estudios necesarios para poner el producto en el mercado con todas las garantías y normativas vigentes.

Se pretende arrancar la actividad comercial antes del 1 de octubre de 2022, para ello se están desarrollando ya estrategias de marketing e iniciando contactos con profesionales del sector para desarrollar una red comercial durante los siguientes meses, encuentros en los que además se va constatando el interés por la solución propuesta.

Durante el mes de septiembre se va a configurar la web de la empresa con los productos que van a salir a mercado y con las estrategias de marketing definidas, con tienda directa

en la web y con todas las herramientas y aplicaciones informáticas para la gestión de la sociedad.

En 2022 queremos que nuestra solución llegue a cadenas de distribución de ámbito nacional, tiendas, comercios y web especializadas, y que nos conozcan las principales empresas y asociaciones del ciclo del agua que para nosotros son un pilar de nuestro negocio como principales prescriptores de nuestra propuesta al mercado.

Web: kuclean.com

9.- STRANGER SKILLS



Equipo:



Foto de equipo:

Andrés Lázaro

Alberto Rubio

Propuesta de valor:

Misión: Preparar a los adolescentes para el presente y futuro desarrollando sus soft skills

Público Objetivo: Chic@s entre 11-16 años

Objetivo de Stranger Skills: Ser la primera escuela virtual que se preocupa de verdad por el desarrollo personal de los alumnos.

Desde Stranger Skills hemos podido comprobar las carencias de los estudiantes a nivel soft skills o habilidades personales. Con la irrupción de la IA y la automatización de los procesos de trabajo, es de obligada necesidad que todos los jóvenes tengan sus soft skills bien desarrolladas para un futuro laboral mejor. Más aun en un mundo en el que la sociedad avanza muy rápido y cambia constantemente.

Por eso, nos hemos propuesto facilitar la adquisición o potenciación de las soft skills de l@s adolescentes a través de experiencias inmersivas, gamificadas y con objeto de impacto social de emprendimiento infantil.

Cubrimos la necesidad de pertenencia que tienen los adolescentes, integrándoles en una comunidad virtual, y eliminamos una barrera que para ellos es muy importante, la validación del resto de iguales en cuanto a su aspecto físico, vestimenta... pues cada uno será un avatar, no mostrarán su imagen real dentro de nuestra plataforma.

Aumentamos la posibilidad de socialización e interacción con cualquier persona de gustos afines o no afines. Además, fortalecemos el desarrollo de su personalidad, tan crítico en estas edades y su educación emocional.

Desarrollamos sus habilidades para que puedan enfrentarse al futuro laboral que les espera. Aprenderán habilidades como: pensamiento crítico, trabajo en equipo, toma de decisiones, liderazgo, productividad, visión de futuro, adaptación a los cambios....

Como fin último, será el hacer realidad los proyectos sociales iniciados por los alumnos y presentarlos ante inversores, empresas o convertirlos en activos digitales propiedad de los alumnos.

Plan de acción:

- Validación con padres y alumnos (Junio-Julio): Para poder verificar que lo que estamos haciendo tiene sentido, realizaremos varias pruebas de testero tanto con alumnos como con padres. Tras esas pruebas, realizaremos entrevistas a todos los implicados para terminar de afinar la propuesta.
- Primera pruebas con usuarios reales (Agosto-Septiembre): Realizaremos una pequeña inversión para posicionar la marca y conseguir los primeros usuarios reales que lleven a cabo el proceso de Stranger Skills
- Contacto con colegios y AMPAS (Septiembre): En nuestra estrategia "go to Market" planteamos la posibilidad de llegar a acuerdos en la parte offline con colegios y AMPAS. Para ello realizaremos una labor comercial en la que nos pondremos en contacto inicialmente con centros de la región y con colectivos educativos

- Captación de inversión: Para poder llevar a cabo todas estas estrategias, intentaremos captar inversores.
- Salida al mercado: Campaña de Marketing (Octubre): Si todas las pruebas han concluido de manera satisfactoria, lanzaremos una campaña de marketing digital con una estrategia definida de branding, creación de contenido social (RRSS) e impacto en los espacios educativos en internet.

Web: www.strangerskills.com

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/Stranger-Skills-107773778273015/>

INSTAGRAM: https://www.instagram.com/stranger_skills/

TWITTER: https://twitter.com/Stranger_Skills

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/company/77684049/admin/>

10.- TOWARDS STARS



Equipo:



Propuesta de valor:

Tenemos como propuesta de valor la suma de una mecánica innovadora más la aplicación de la tecnología blockchain a sus niveles de juego, y es precisamente esta tecnología blockchain aplicada a los niveles la que abre las puertas a un nuevo concepto: los jugadores podrán crear una estructura de ingresos pasivos con BLACKHITE.

La implementación de la tecnología blockchain en los videojuegos es un suceso que está empezando a originar verdaderos cambios sociales de gran impacto en el sector: los jugadores han pasado de gastar dinero con los videojuegos a ganar dinero jugando y adquiriendo criptomonedas (dinero real) como recompensas.

La aparición de los NFTs, además, ha provocado que los jugadores que gastan dinero en sus videojuegos favoritos pasen de estar gastando a estar invirtiendo, pues nos encontramos ante la 1ª ocasión de la historia en la que el comprador de ese activo digital perteneciente al videojuego (skins, personalizaciones, avatares, etc.) pase a ser de su propiedad única, pudiendo comercializar con posterioridad todos aquellos elementos que ha comprado y que, consecuentemente, son de su propiedad.

Además de ganar dinero por crear nuevos niveles, los usuarios serán recompensados con más criptomonedas cada vez que un nuevo jugador dé like al nivel NFT creado por el primero, síntoma de que el primero ha creado contenido de calidad para BLACKHITE digno de ser recompensado.

Plan de acción:

En septiembre se desplegaría la primera oleada de lanzamientos por influencers, alcanzando aproximadamente unas 160.000 descargas, pues prevemos unos 1.600.000 impactos, de los cuales realmente se descargarán el juego aproximadamente unos 160.000 usuarios.

De estos 160.000 usuarios, prevemos que un 5% de los mismos gaste en nuestra tienda interna del videojuego 1,10€/mes de media en base a los precios de los accesorios que

nosotros hemos marcado en tienda, sumando un total aproximado de 8.000€ de ganancias en septiembre.

Las expansiones inorgánicas de producto (distintas a la expansión producida por los mismos usuarios) y las expansiones orgánicas (todas las producidas por parte de los usuarios) en el sector gaming giran en torno al 20% expansión inorgánica x un 80% de expansión orgánica, es decir, si todo va bien, por cada 2 personas que atraigamos con marketing de influencers, esas 2 personas traerán por sí mismas a 4 personas cada una (de media). Por tanto, prevemos que al crecimiento inorgánico de los 160.000 usuarios le acompañará un crecimiento orgánico progresivo en los siguientes meses:

Octubre, total de 205.000 descargas. Prevemos que un 5% de los mismos gaste en nuestra tienda interna del videojuego 1,10€ de media en base a los precios de los accesorios que nosotros hemos marcado en tienda, sumando un total aproximado de 11.275€ de ganancias en octubre.

Noviembre, total de 250.000 descargas. Prevemos que un 5% de los mismos gaste en nuestra tienda interna del videojuego 1,10€ de media en base a los precios de los accesorios que nosotros hemos marcado en tienda, sumando un total aproximado de 13.750€ de ganancias en noviembre.

Diciembre, total de 300.000 descargas. Prevemos que un 5% de los mismos gaste en nuestra tienda interna del videojuego 1,10€ de media en base a los precios de los accesorios que nosotros hemos marcado en tienda, sumando un total aproximado de 16.500€ de ganancias en diciembre.

Web : www.blackhite.com

Enlace de descarga para móviles: <http://onelink.to/blackhite>

A los 10 anteriores hay que sumarle los tres descritos a continuación, que han participado en la formación y alguna mentoría en el periodo Abril-Junio, y que por diferentes circunstancias, algunas personales y otras de rentabilidad de la idea, han tenido que ser de momento dejadas en stand-by para un replanteamiento.

Los tres proyectos mencionados son:

- **EUROPEAN ADVANCED FLIGHT SCHOOL (EAFS):** Centro de vuelo especializado para la formación de pilotos civiles y militares con tres líneas de adiestramiento.
- **Fabricación de briquetas de Biocombustible:** a partir de residuos orgánicos e industriales.

- **REPLASTIC SOLUTION:** Recuperación de las fibras no tejidas de polipropileno (PPH) de las mascarillas y obtención como materia prima para otros productos, haciendo así economía circular.

B. CONSOLIDACIÓN DE EQUIPOS INCOOVA 2020

En el programa INCOOVA 2020 se formaron 6 equipos que presentaron sus proyectos en la jornada final del programa.

Tras esa presentación han acontecido diferentes hechos, problemas personales, falta de tecnología para validación, o dificultades para acceder a las empresas por las medidas de aislamiento y que han producido el que algunos de ellos se hayan planteado abandonar los proyectos. La intervención con estos equipos finalizó el 30 de Junio de 2022, ya que la financiación para este seguimiento se extiende solo 6 meses de la finalización de la edición anterior.

Los equipos que han pasado a esta fase de consolidación posterior a la entrega de diplomas son:

1.-BIOPROCESIA

El objetivo de Bioprocesia es aportar soluciones a uno de los retos sociales del futuro, la alimentación de la creciente población mundial, sobre todo en lo que a productos ricos en proteínas se refiere. El mayor desafío al que nos enfrentamos como sociedad radica en garantizar que esta oferta de proteínas proceda de fuentes sostenibles. La propuesta de Bioprocesia es avanzar hacia una economía circular, en la que los subproductos del sector agroalimentario sean reutilizados para la producción de una fuente alternativa de proteína sostenible de origen microbiano, aplicable en alimentación animal y en un futuro en alimentación humana.

2.- BRAVA

BRAVA es el primer refresco hecho en Murcia. Es un refresco elaborado a base de kombucha (una bebida fermentada que se hace con té verde, azúcar, un SCOBY y agua. El SCOBY son las siglas en inglés de Cultivo Simbiótico de Bacterias y Levaduras, que son las encargadas de activar el proceso de fermentación).

Hemos elegido la kombucha como medio para hacer nuestro refresco porque es un tipo de fermentación natural, sin apenas huella de carbono e ingredientes naturales con propiedades beneficiosas como los antioxidantes del té verde. Además del sabor único que se consigue durante la fermentación, esta también nos aporta beneficios a nuestra salud. Primera empresa de España en envasar nuestro producto en lata

3.-THE WAY EXPERIENCE

PRODUCTO: Material gráfico descargable a través de una plataforma en internet, complementada con audios y videos, y con asistencia técnica/didáctica periódica. Complementado con una App de soporte para los alumnos.

Ofrecemos a academias y universidades recursos para el aprendizaje de idiomas basado en las últimas investigaciones en neurodidáctica, formación de alto impacto, recursos que cubran las cinco actividades de lengua, y formación específica en mediación lingüística.

4.-GO CAMP SPAIN

GO Camp Spain es un Marketplace de servicios que conecta a los mejores monitores y profesionales nativos del mundo con campamentos y centros de Ocio de España y Portugal.

Para los campamentos de verano somos un ahorro triple de TIEMPO ya que ellos se ahorran la gestión en trámites burocráticos (VISADOS, N.I.ES), en gestión de proceso y búsqueda de los candidatos (RRSS, Infojobs, indeed) y en fiabilidad de los candidatos (¿Cómo sé que es el mejor y no me va a fallar?). Somos SEGURIDAD gracias a nuestro proceso de selección y el algoritmo de matching en nuestra plataforma y de PRESTIGIO por la diferenciación que supone contar con profesionales nativos

Para nuestros monitores y profesionales nativos somos PERTENENCIA a una comunidad global de monitores de campamento, SOPORTE durante toda la estancia cultural y FIABILIDAD en el proceso de selección.

5.-CREWSERV

CrewServ, es una empresa que presta servicios auxiliares y complementarios a la producción de cine, tv y publicidad. Nuestros años de experiencia prestando apoyo logístico a equipos de producción en rodajes, nos avalan para ofrecer un servicio especializado, sin sorpresas y adaptado a cada cliente. En CrewServ, cubrimos las necesidades de los equipos de producción que vienen a rodar a la Región de Murcia.

Servicio de apoyo a equipos (crew), cubrimos las necesidades auxiliares y complementarias de la producción audiovisual, ofreciendo un servicio especializado, adaptado a las necesidades del cliente, de forma segura, ordenada y sin sorpresas

a) Formación

A partir de primeros de año se han realizado varias sesiones formativas para avanzar en la salida al mercado de los prototipos.

Las formaciones han sido:

12 Mayo y 9 Junio 2022	Formación en fermentación	BRAVA CON CERVEZAS JAKKA
------------------------	---------------------------	-----------------------------

b) Mentorías

Con el fin de avanzar en los prototipos y la validación del producto o servicio, los equipos han mantenido numerosas reuniones con sus mentores, en algunos casos con la presencia de los PARTNERS y empresas alineadas.

EQUIPO	MENTOR	HORAS
CREWSERV	JUAN MARTINEZ	9
THE WAY EXPERIENCE	JUAN MARTINEZ	10,5
BIOPROCESIA	JAVIER FERNANDEZ	3
GO CAMP	JAVIER GÓMEZ	12
BRAVA	JUAN MARTINEZ	25,5
TOTAL HORAS		60

C. ASESORAMIENTO EMPRENDEDOR

Durante esta primera etapa del convenio se han realizado diferentes acciones orientadas a cualquier tipo de persona con intención en emprender.

Las personas atendidas en su mayoría han sido derivadas por el INFO, en el marco de colaboración que establece este convenio. El total han sido 10 personas con un total de 26 horas de asesoramiento.

Las acciones han sido de difusión, formación, información, realización de tareas con la administración, solicitud de subvenciones, capitalización de la prestación de desempleo, asesoramiento fiscal y normativo, altas de actividad, desarrollo de modelos CANVAS, revisión de planes de negocio, entre otros.

Además se han realizado las dos charlas previstas en esta anualidad con la finalidad de sensibilizar a los participantes en la creación de empresas y el autoempleo, y mejorar sus competencias en la visibilidad on-line de sus productos o servicios. Las charlas se realizaron el día 04/11/2022 y el 02/12/2022 con un total de 67 personas inscritas y una duración de 3 horas cada una.

En el último trimestre de ejecución de INCOOVA se inició con un programa de asesoramiento web para microempresas de reciente creación, que quisieran mejorar su visibilidad online.

La tarea fundamental ha sido la realización de una auditoría legal y comercial del estado de la página web, una entrevista vía zoom con la empresa y la emisión de un informe de recomendaciones de mejora a la empresa, que se les ha entregado.

Se han realizado 20 diagnósticos de mejora web con un total de 50 horas de intervención. La relación de empresas participantes se muestra a continuación:

PROYECTO	FECHA	EMPRESA	PÁGINA WEB REVISADA
1	18/11/2022	GRUPO CERBRAVO SL	www.cervezasbelich.es
2	25/11/2023	VIVENS HORTIS	www.vivenshortis.es
3	14/11/2023	ARS LONGA COMUNICACIÓN	www.arslongacomunicacion.es
4	16/11/2023	PRADETI CONSULTORES, S.L.	www.pradeticonsultores.com
5	14/11/2023	REPARACIONES TÉCNICAS DEL PLÁSTICO S.L.L.	www.replasticsolutions.es/
6	16/11/2023	CLIMATIC CORP SL	www.climaticco.com/
7	16/11/2023	ACADEMIA ÉXITOS	www.academia exitos.com/
8	23/11/2023	MINICASA EL MESONCICO	www.minicasaelmesoncico.es
9	23/11/2023	CONARTERE	www.conartere.es
10	28/11/2023	START PLAY	www.startplay.es
11	30/11/2023	SOLUCIONES INTEGRALES SMART BEACH, S.L.	www.mysmartbeach.com
12	23/11/2023	ASOFI ACCESIBILIDAD	www.asofiac.com

13	02/12/2023	LEUKOS ARQUITECTURA	www.leukosarchitecture.es
14	25/11/2023	EL DUENDECILLO SALTARÍN	www.elduendecillosaltarin.es
15	28/11/2023	YANINA ELIAS	www.yaninaelias.com
16	28/11/2023	VIVEROS ALHARABE SL	www.viverosalharabe.es
17	30/11/2023	MH SANITARIO MURCIA SL	www.mhsanitariomurcia.com/
18	30/11/2023	TRIMEY.COM	www.trimey.com
19	02/12/2023	MANUEL COSTOYA ESTUDIO DE ARQUITECTURA SLP	www.manuelcostoya.com
20	02/12/2023	FRANCISCO JESUS ZAMORA PUERTA	www.zssoluciones.com