

CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS DE LIMPIEZA (210 HORAS TELEFORMACIÓN)

Módulo I. LA IDEA Y EL EMPRENDEDOR

U.D.1. Evaluación del potencial emprendedor:

- Características del emprendedor
- Conocimientos: tipos de conocimientos; conocimientos técnicos; conocimientos sobre el sector dentro del cual se actuará; y conocimientos de gestión empresarial.
- Destrezas.
- Actitudes.
- Intereses y motivaciones.

U.D.2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa:

- Planteamiento.
- Variables comerciales y de marketing.
- Variables propias.
- Variables de competencia.
- Tabla de variables internas o externas que pueden determinar el éxito en un negocio.

U.D.3. Empoderamiento.

- Concepto.
- Características de las empresas y resultados positivos del empoderamiento.
- Cómo crear una empresa con empoderamiento.
- Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje.
- La red personal y social.

U.D.4. Análisis de oportunidades e ideas: planteamiento.

U.D.5. Identificación de oportunidades e ideas de negocio.

U.D.6. Análisis DAFO de la oportunidad de negocio.

- Necesidades y tendencias
- ¿Cómo generar una idea de negocio? Proceso tendencias
- ¿Cómo encontrar una idea de negocio con éxito?: generación de la idea de negocio; primer autodiagnóstico de la idea o ideas de negocio; segundo diagnóstico de la idea o ideas de negocio.
- Fuentes de búsqueda: introducción; la formación profesional; la experiencia profesional: la sociedad y nuestro entorno; la lectura de publicaciones empresariales y especializadas; mapa de cómo generar una idea/oportunidad de negocio.
- La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
- Técnicas de creatividad en la generación de ideas: introducción; emprendedor creativo y emprendedor no creativo; brainstorming; los mapas mentales.
- Técnica de Edward Bono (Seis Sombreros).
- El pensamiento irradiante.

Módulo II. TÉCNICAS Y RECURSOS PARA CREAR UNA PYME

U.D.1. Recursos económicos propios o ajenos:

- Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.

- Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios.
- U.D.2. La forma jurídica:
- Clasificación de las empresas.
 - Tipos de sociedades mercantiles más comunes en pequeños negocios o microempresas.
 - La forma jurídica de la sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.
 - La elección de la forma jurídica de la microempresa.
- U.D.3. Trámites burocráticos para la puesta en marcha de una PYME:
- Introducción.
 - Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros.
 - Previsión de necesidades de inversión.
 - La diferenciación del producto.
 - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.
 - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos.

Módulo III. EL PLAN ESTRATÉGICO

U.D.1. Conocimiento del entorno:

- El estudio de mercado: análisis del entorno del negocio o empresa.
- Factores sobre los que se debe buscar información.
- Elección de las fuentes de información.
- Entorno en el que llevaremos a cabo nuestra actividad: tipos de estudios.

U.D.2. Análisis de las variables intervinientes:

- Introducción.
- Las características de un segmento de mercado.
- Posibles variables para segmentar un mercado.

U.D.3. Desarrollo del plan estratégico:

- La descentralización productiva como estrategia de racionalización. Ventajas e inconvenientes.
- La externalización de servicios o outsourcing. Tipos de procesos. ¿Cómo llevar a cabo un proceso de outsourcing?
- Clientes potenciales: la encuesta; reuniones de grupo; consulta de otros estudios de mercado o fuentes de información.
- Canales de distribución.
- Proveedores.
- Competencia: análisis de decisiones previas.
- Barreras de entrada.
- Análisis de decisiones previas: definición de idea de negocio; visión de negocio; misión de negocio; objetivos y metas.

Módulo IV. EL PLAN DE NEGOCIO

U.D.1. Finalidad del plan de negocio:

- Plan de negocio: concepto.
- Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
- Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.

- Identificación de las barreras de entrada y salida.
- U.D.2. Previsión y planificación económica.
- U.D.3. La búsqueda de financiación.
- U.D.4. Presentación del plan de negocio y sus fases:
 - Datos de identificación del proyecto empresarial.
 - Presentación de la idea de negocio.
 - Presentación de los promotores
 - Definición de perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
 - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio: proceso de fabricación de los productos o prestación de los servicios; de distribución; postventa; de atención al cliente; procesos administrativos
 - Plan de organización: R.R.H.H.
 - Plan económico financiero.
- U.D.5. Instrumentos de edición y presentación de la información.
 - Aspectos formales del documento.
 - Elección del tipo de soporte de la información.
- U.D.6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros:
 - Cómo realizar una presentación adecuada de su plan de negocio.
 - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
 - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.

Módulo VI. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UNA PYME

- U.D.1. Gestión y organización:
 - Componentes básicos de una pequeña empresa.
 - Sistemas: planificación, organización, información y control.
 - Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa: construcción del mapa de procesos.
 - La estructura organizativa de la empresa
 - Control de gestión del pequeño negocio o microempresa
 - Identificación de áreas críticas: introducción y marco histórico; perspectivas del Cuadro de Mando Integral; indicadores básicos de control en pequeños negocios microempresas.
- U.D.2. Gestión económico-financiera:
 - Características y funciones de los presupuestos.
 - El presupuesto financiero: fuentes de financiación a corto plazo (el crédito comercial; financiación de bancos a corto plazo; financiación de las cuentas a cobrar; pagarés); fuentes de financiación a largo plazo (emisión de obligaciones; financiación de bancos a largo plazo; el leasing o arrendamiento financiero).
 - Estructura y modelos de los estados financieros previsionales.
 - Estructura, contenido y características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales: el Balance de situación; la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
 - La Memoria.
 - Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa:

análisis del Balance; cálculo de porcentajes; balance ideal que ha de procurar toda empresa.

- Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes: validez y

representatividad; principales ratios para analizar Balances (ratios de liquidez, de endeudamiento, de rotación de

activos, de gestión de cobro y pago, cálculo de umbral de rentabilidad).

- Rentabilidad de proyectos de inversión: rentabilidad económica o rendimiento; financiera; el Valor Actual Neto

(VAN) o Valor Capital; la Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

U.D.3. Plan de marketing:

- Planificación de marketing: fundamentos de marketing; variables del marketing – mix.

- Determinación de la cartera de productos: diseño del producto; determinación de objetivos (cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad, volumen de ventas y beneficios previsibles); atributos comerciales;

técnicas de producción; ciclo de vida del producto.

- Gestión estratégica de precios: el concepto de precio; objetivos de la política de precios del producto o

servicios; estrategias y métodos para la fijación de precios; canales de comercialización; acceso al canal y la red

de venta; comercialización on line.

- Comunicación e imagen de negocio: concepto de comunicación; público objetivo y diferenciación del producto:

entorno competitivo y misión de la empresa; campaña de comunicación (objetivos y presupuesto; instrumentos o

estrategias existentes); coordinación y control de la campaña publicitaria; elaboración del mensaje a transmitir:

la idea de negocio; elección del tipo de soporte.

- Estrategias de fidelización y gestión de clientes: los clientes y su satisfacción; factores esenciales en la fidelidad

(la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia); medición del grado de

satisfacción del cliente; el perfil del cliente satisfecho.

U.D.4. Técnicas de venta:

- El planteamiento de objetivos a alcanzar en el mercado potencial.

- La programación con metas parciales.

- La preparación de la argumentación.

- Previsión de respuestas a las objeciones.

- El presupuesto económico de la actividad de venta.

- El seguimiento y control periódico de la acción de comercial.