

Formación presencial para la capacitación de personas emprendedoras en el desarrollo de un plan de viabilidad, la creación y la gestión de la empresa.



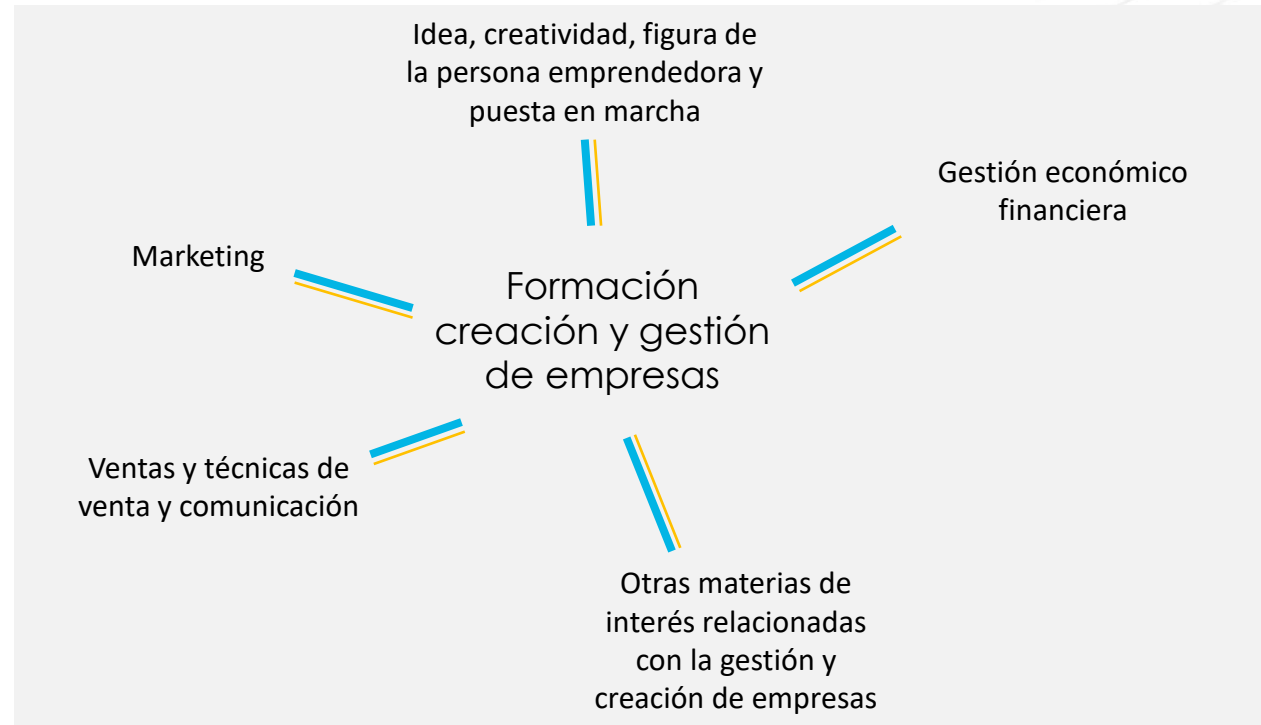
Metodología y plan de trabajo

Metodología y plan de trabajo

Descripción de objetivos

Objetivo específico

El objetivo es que las personas participantes en la formación adquieran conocimientos y habilidades en las áreas:



Metodología y plan de trabajo

Descripción del formato

El servicio consiste en una **acción formativa grupal de una duración total de 80 horas** compuesta por exposiciones sobre aspectos fundamentales para el análisis de viabilidad, puesta en marcha y posterior gestión de un proyecto empresarial.

La estructura de la acción formativa está diseñada según un orden lógico que permite tratar los temas planteados de manera correlativa, favoreciendo la comprensión de los mismos y mostrando la interrelación existente entre todas las áreas de la empresa.

Proponemos un **método de enseñanza interactivo y dinámico**, adecuado para la formación de las personas participantes, que combina **teoría, técnicas de role-playing, dinámicas de grupo y casos prácticos**, en los que se pretende dialogar sobre hechos, posibilidades, problemas y actitudes humanas en las empresas, con la finalidad de mejorar la toma de decisiones.

El trabajo con los casos prácticos buscará la improvisación y **participación de todas las personas asistentes** en la búsqueda de las soluciones idóneas, introduciendo y revisando los conceptos técnicos adecuados.

El objetivo es **transmitir los principales conceptos**, aclararlos mediante casos prácticos reales, resolver las dudas surgidas y ver de qué manera puede **aplicarse** todo lo expuesto en la confección de un plan de viabilidad propio, así como en la gestión diaria de las empresas.

Las materias se impartirán durante **tres semanas en jornadas de 6 horas de lunes a jueves**.

El viernes de la segunda semana se llevará a cabo una jornada de **4 horas de trabajo personal** para preparar la **exposición final** de un plan de viabilidad sobre una idea propia de negocio, que se presentará el último día al grupo y profesorado.

Metodología y plan de trabajo

Base conceptual de la metodología

Lean Startup

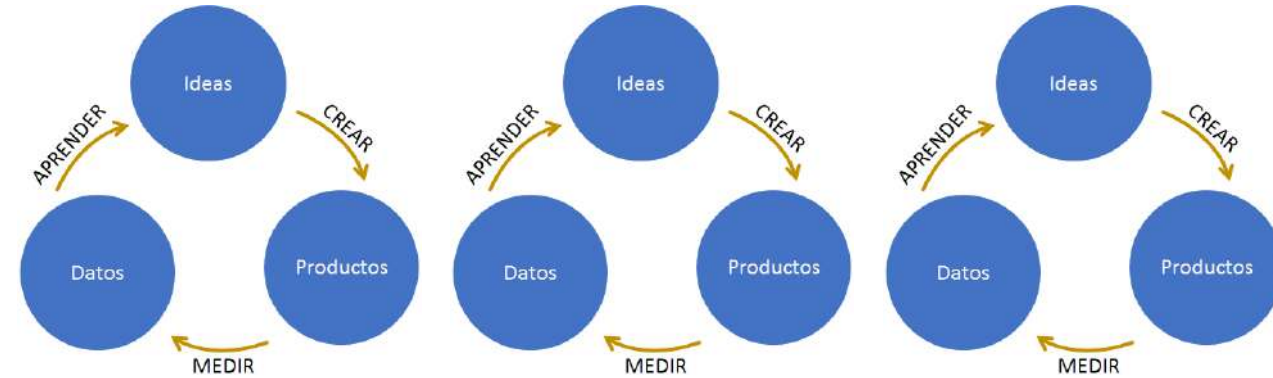
Nuestra experiencia en el apoyo a proyectos empresariales de todo tipo nos ha permitido con el paso del tiempo desarrollar una metodología de trabajo propia que hemos implementado con éxito a lo largo de los años.

La permanente exposición de nuestro equipo profesional a las nuevas tendencias del mercado y su conocimiento de las necesidades de las personas emprendedoras nos permite entrar en contacto con fórmulas y procedimientos innovadores, incorporando las mejores herramientas del mercado en nuestro día a día.

De esta manera, hemos adaptado la metodología *Lean Startup* (*) a nuestra forma de trabajar, ya que con ella conseguimos:

- Establecer dinámicas de trabajo a medida de las necesidades de cada persona.
- Ayudar a las personas emprendedoras a desarrollar **PROYECTOS FACTIBLES, DESEABLES y VIABLES**.

Se trata de una metodología que permite establecer dinámicas cíclicas de trabajo, consolidando los proyectos a partir del trabajo directo con el mercado: partiendo de los modelos más básicos, y a través de la interacción con los grupos de interés de las empresas (clientes, competencia, proveedores, distribuidores, instituciones, etc.), se van introduciendo las mejoras detectadas, testándolas a su vez, hasta dar con el modelo de negocio buscado.



(*) Fuente: Eric Ries, *El método Lean Startup*. Ediciones Deusto, 2013

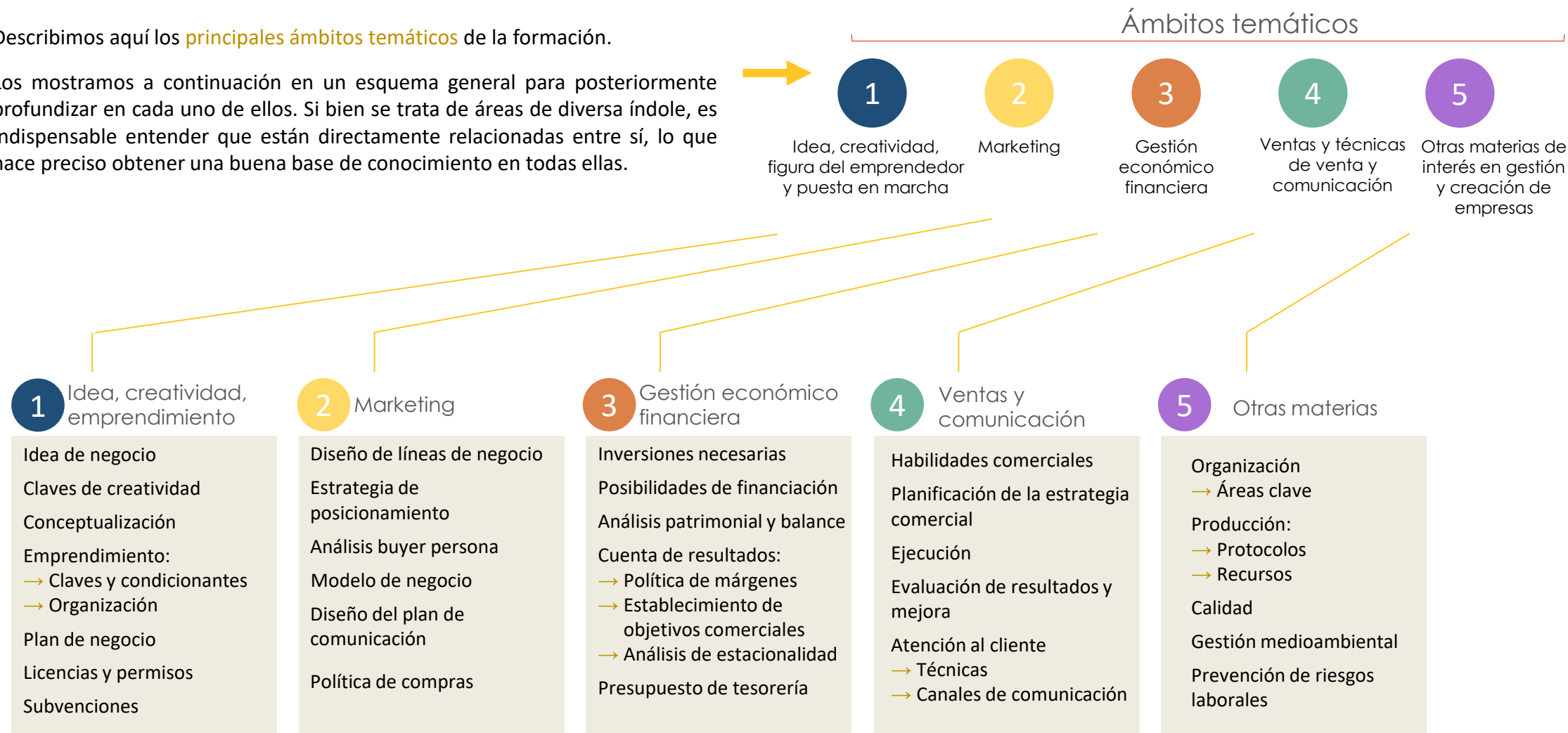
Inspiramos nuestro enfoque formativo en esta metodología, que transmitimos a nuestro alumnado de forma transversal durante las acciones propuestas, ya que entendemos que conforma un enfoque innovador y eficiente para toda persona que acomete un proyecto emprendedor. El hecho de que el presente modelo formativo consista en acciones en directo permite darles el enfoque práctico que preconiza esta metodología.

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

Describimos aquí los **principales ámbitos temáticos** de la formación.

Los mostramos a continuación en un esquema general para posteriormente profundizar en cada uno de ellos. Si bien se trata de áreas de diversa índole, es indispensable entender que están directamente relacionadas entre sí, lo que hace preciso obtener una buena base de conocimiento en todas ellas.



Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

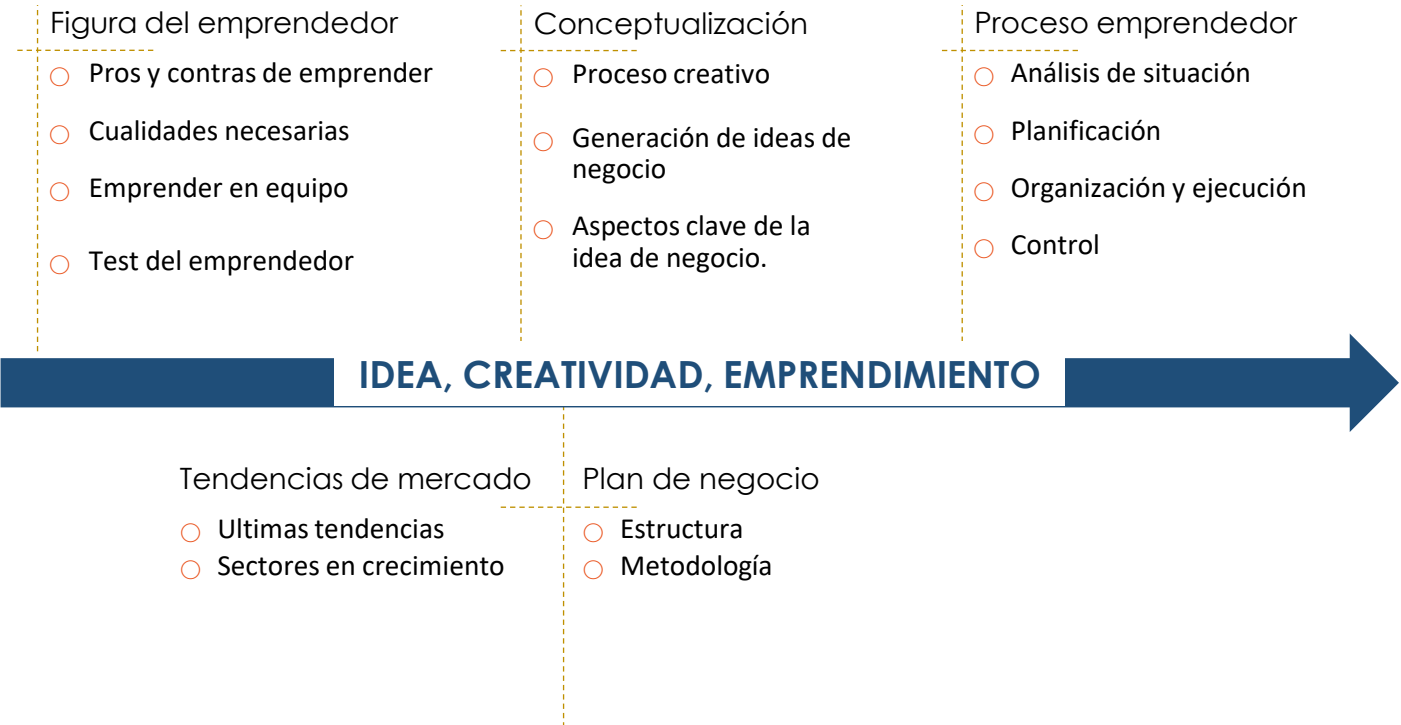
- 1
Idea, creatividad, emprendimiento
- 2
Marketing
- 3
Gestión económico financiera
- 4
Ventas y técnicas de venta y comunicación
- 5
Otras materias

Idea, creatividad, emprendimiento

El objetivo fundamental de esta área es acercar a las personas participantes el mundo del emprendimiento y mostrarles sus bondades y múltiples posibilidades como una opción positiva y enriquecedora, transmitiéndoles el grado de responsabilidad y compromiso inherente a la puesta en marcha de empresas.

Es fundamental mostrar la enorme importancia de la idea y de su análisis y desarrollo a la hora de diseñar un modelo de negocio. Para ello, hacemos uso de ejemplos basados en experiencias reales expuestos junto con un análisis de sus circunstancias, problemáticas, aciertos y errores.

Estas acciones formativas están orientadas a la capacitación de las personas apoyadas para que puedan comenzar a desarrollar el plan de negocio de sus proyectos, a partir de la metodología expuesta.



Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Marketing

Se pretende fomentar el enfoque estratégico de los proyectos mediante la implementación de una metodología eficaz. El enfoque parte del necesario análisis de situación, basado en la realización de un profundo estudio de mercado.

Las conclusiones obtenidas a partir de éste deben marcar las decisiones a adoptar de cara a lograr un posicionamiento competitivo en el sector, centrándose especialmente en las relativas a definición y diseño de productos y servicios, políticas de precios, distribución y comunicación, manteniendo siempre la interrelación existente entre éstas y las demás áreas del negocio.

Se hará especial hincapié en las estrategias de comunicación, tanto online como offline y se hará gran incidencia en las posibilidades que internet abre a las empresas para optar por el negocio online de modo complementario o incluso como único canal.

En todo momento se transmitirá la importancia de la personalidad propia de la marca de las empresas y las posibilidades al alcance de las personas emprendedoras.

Estudio de mercado

- Búsqueda de información
- Recogida y clasificación
- Análisis
- Establecimiento de conclusiones

Marketing mix

- Planificación
- Líneas de negocio
- Valor añadido
- Posicionamiento
- Innovación
- Comunicación

Comunicación

- Comunicación Online
- Comunicación Offline

MARKETING

Estrategia online

- Segmentación de público objetivo
- Modelo de negocio online
- Página web corporativa
- Canales de comercialización

Imagen corporativa

- Estrategia
- Definición de valores
- Diseño
- Aplicación
- Registro de marcas

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Marketing

→ *Estudio de mercado*

Objetivos específicos:

- ✓ Comprender la importancia de la información de calidad para la toma de decisiones.
- ✓ Detectar aquellas áreas sobre las que se carece de información fundamental y planificar la recogida de ésta.
- ✓ Seleccionar los datos clave para su estudio. Analizar la información, extraer conclusiones y aplicarlas a la toma de decisiones estratégicas.
- ✓ Establecer dinámicas de vigilancia constante y abrir canales fluidos de información.

- Análisis demográfico
- Tendencias actuales del sector
- Normativa
- Políticas públicas

Tendencias

Público
objetivo

Segmentación por línea de negocio:

- Particulares
- Tercer sector
- Instituciones públicas/semipúblicas
- Empresa privada

Análisis estratégico buyer persona

Análisis
geográfico

Competencia

Búsqueda y análisis por línea de
negocio:

- Empresas privadas
- Tercer sector
- Instituciones públicas/semipúblicas
- Economía sumergida

Dinámicas de vigilancia competitiva

- Estudio de ubicación
- Ámbito geográfico de actuación

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Marketing → Marketing mix

Objetivos específicos:

- Entender la importancia de la planificación y conocer la metodología para su diseño.
- Dotar a todas las decisiones de la empresa de una clara orientación al cliente.
- Saber cómo analizar la situación de la empresa, tomar medidas correctoras, definir objetivos y también un calendario de actuaciones.
- Establecer mecanismos de control del plan de marketing para la sistemática revisión de las decisiones estratégicas.

Producto / servicio

Modelo de negocio
Líneas de negocio
Servicios añadidos
Aspectos formales
Cualidades psicológicas

Estrategias de precio

Posicionamiento
Cálculo del precio/hora
Estrategias:
→ Campañas y rebajas
→ Promociones, descuentos

Políticas de distribución

Canales de venta:
→ Local físico
→ Web y Redes sociales
→ Corners
→ Comerciales externos
→ Telemarketing
→ Vending

Políticas / Opinión pública

Políticas:
→ Redes de colaboración
→ Asociaciones gremiales
→ Asociaciones zonales

Opinión pública:
→ Normativas
→ Relación con el entorno

Estrategias de comunicación

Técnicas Online

Técnicas Offline

Marketing relacional

Estrategias de fidelización
Repetición de compra
Recuperación de clientes
Servicios post-venta
Persuasión
Canales de contacto
Protocolos de atención

Marketing interno

Organigrama
Responsabilidades socios/as
Comunicación interna
Convenios internos
Pactos de socios

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Marketing

→ Estrategias de comunicación online + offline

Objetivos específicos:

- Entender las decisiones adoptadas el ámbito de la comunicación como acciones enmarcadas en una estrategia claramente definida.
- Calendarizar y establecer objetivos por acción comunicativa, considerando la idoneidad de cada canal en función de la meta marcada.
- Conocer las principales características, ventajas y desventajas de los principales medios online y offline a nuestro alcance.
- Diseñar el mix de comunicación a medida de las características de cada empresa.
- Entender el entorno de internet como una realidad presente y no futura que requiere una aproximación profesional.

Comunicación
online

- Descripción empresa
- Web/Blog
- SEO / SEM
- Redes sociales
- Redes profesionales
- Email marketing
- Reputación online
- Inbound marketing
- Influencer marketing



Comunicación
offline

- Imagen corporativa
- Publicidad
- Promociones
- Marketing directo
- Visitas comerciales
- Merchandising

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad, emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico financiera

4

Ventas y técnicas de venta y comunicación

5

Otras materias

Objetivos específicos:

- Mostrar a las personas apoyadas cómo comenzar la conceptualización de una estrategia online, transmitiendo la importancia de una planificación previa.
- Entender el comercio online como una herramienta diseñada a partir de las necesidades de los clientes.
- Aprender a conceptualizar y adaptar los productos y servicios a un canal diferente con condicionantes propios distintos de los tradicionales.

Marketing → Estrategia online

- Hábitos de consumo online por grupo de público objetivo
- Ratios de conversión
- Fidelidad
- Tecnologías más empleadas por colectivo

Segmentación

- Función:
 - Web informativa
 - Tienda online
- Selección de la tecnología necesaria:
 - Plantillas existentes (Wordpress, Wix, Prestashop,...)
 - Soluciones opensource
 - Desarrollos propios

Página web corporativa

- Líneas de negocio:
 - Venta de productos
 - Software as a Service (Saas)
 - Otros

Modelo de negocio online

- Sistema de monetización:
 - Suscripción
 - Licencia
 - Publicidad
 - Freemium Vs Premium
 - Otros

Estrategia online

Herramientas de trabajo

- Soluciones de almacenamiento en la nube
- Herramientas analíticas: Google Analytics, Trends
- Herramientas CRM y ERP

Canales de comercialización

- Propios:
 - Tienda online
 - App
 - Tienda en redes sociales
- De terceros:
 - Presencia en marketplaces

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Marketing → *Imagen corporativa*

Objetivos específicos:

- ✓ Entender la imagen corporativa como parte fundamental de la estrategia empresarial.
- ✓ Llevar a cabo adecuadamente el proceso de generación de los recursos identificativos del negocio.
- ✓ Entenderlo como un todo unificado orientado a generar confianza y fidelidad.
- ✓ Sostener una vigilancia competitiva constante para no caer en errores por incoherencia.

Análisis previos

- Identidad:
 - Estudio de los principales rasgos de la empresa
 - Estrategia de valor añadido
- Público objetivo:
 - Segmentación de la oferta
 - Principales factores decisores de compra
- Posicionamiento deseado:
 - Relación calidad – precio
 - Valores asociados al producto/servicio
 - Reputación

Desarrollo de imagen de marca

- Definición de necesidades y priorización
- Selección de presupuestos más adecuados al proyecto.
- Elección de rasgos distintivos:
 - Nombre comercial
 - Imagen gráfica: logotipo y símbolo
 - Aplicación:
 - Papelería
 - Entorno
 - Web, redes sociales
 - Envases y embalajes
 - Conducta

Otros aspectos

- Comprobación de la disponibilidad de los signos distintivos escogidos: nombre comercial, logotipo y símbolos.
- Proceso de registro

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad, emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico financiera

4

Ventas y técnicas de venta y comunicación

5

Otras materias

Gestión económico financiera

Se pretende capacitar al alumnado para estudiar la viabilidad económico financiera del proyecto.

A partir del estudio de las inversiones necesarias para la puesta en marcha del negocio, el alumnado podrá analizar las fuentes de financiación, siempre teniendo en cuenta el principio de equilibrio financiero.

El objetivo es capacitarles para hacer previsiones de ingresos y gastos, con el objetivo de calcular una cuenta de resultados previsional a tres años, o cinco si se opta por buscar financiación a través de una entidad de capital riesgo.

Aprenderán cómo estudiar en profundidad la estructura de costes, así como los procesos productivos, a fin de sentar las bases de la política de márgenes comerciales y establecer el coste horario de los proyectos, además de hacer un análisis de la estacionalidad propia del sector de cada proyecto.

Teniendo en cuenta las formas de cobro y pago y la estacionalidad de las ventas, verán cómo se realiza un plan de tesorería a tres años.

Plan de inversiones

- Análisis de inversiones
 - En activo corriente
 - En activo no corriente
- Gastos necesarios para la puesta en marcha

Plan de financiación

- Forma jurídica y capital necesario
- Fuentes de financiación propias y ajenas
- Fuentes alternativas
- Equilibrio financiero

Cobros y pagos / Estacionalidad

- Instrumentos de cobro y pago
- Período medio de cobro
- Período medio de pago
- Distribución de ventas

GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA

Previsión de ingresos y gastos

- Costes de estructura
- Análisis de líneas de negocio
 - Precio y costes variables
- Objetivo de ventas

Cuenta de resultados

- Análisis de la tasa de margen
- Umbral de rentabilidad
- Ratios

Plan de tesorería

- Análisis de situación de tesorería
- Necesidad de financiación

Balance de situación

- Situación patrimonial y financiera
- Análisis de masas patrimoniales
- Ratios

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

**Gestión económico
financiera**

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

— **Gestión económico financiera** —→ *Plan de inversiones y financiación*

Objetivos específicos:

- ✓ Comprender la importancia de la información de calidad para la toma de decisiones, así como valorar el riesgo de la puesta en marcha del negocio.
- ✓ Analizar cuáles son las necesidades de financiación y establecer las fuentes de financiación adecuadas.
- ✓ Estudiar las vías de financiación alternativas, especialmente en el caso de proyectos con necesidades especiales, como las rondas de financiación para startups o el contacto con business angels.
- ✓ Estudiar las principales condiciones exigidas para la financiación de los proyectos y capacitar a las personas emprendedoras para la toma de decisiones.

Plan de inversiones

- Desglose pormenorizado de bienes y derechos
- Cuadro de amortización de la inversión
- Estudio de compra inicial de mercaderías
- Saldo inicial de caja
- Revisión de condiciones de contratos de alquiler

Plan de financiación

→ **Fondos propios**

- Capital
- Autofinanciación
- Préstamos participativos

→ **Fondos ajenos**

- Entidades bancarias
 - Negociación: → Riesgo
 - Garantías y avales
 - Opciones: → Préstamo
 - Cuenta de crédito
 - Leasing
 - Línea de descuento de efectos
 - Factoring
 - Confirming
- Sociedades de garantía recíproca
 - Capital riesgo
 - Fondos de inversión
 - Business angels
 - Crowdfunding
 - Financiación de proveedores

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

**Gestión económico
financiera**

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Gestión económico financiera → *Cuenta de resultados – ingresos y gastos*

Objetivos específicos:

- ✓ Analizar las líneas de negocio, verificando la adecuación de los precios establecidos a las necesidades del proyecto de negocio y al posicionamiento que se desea obtener, considerando la situación de mercado.
- ✓ Calcular el umbral de rentabilidad en base a la tasa de margen y los costes de estructura necesarios para la explotación.
- ✓ Establecer un objetivo de facturación prudente y alcanzable.
- ✓ Calcular el cash flow del negocio.

Ventas

→ Precio de venta

→ Objetivo de ventas:

- Unidades de producto
- Servicio

Costes variables

- Producto / materia prima
- Subcontratación
- Transporte
- Pago online

Líneas de
negocio



Costes de
estructura

Margen bruto

→ Análisis de la tasa de margen

→ Alquileres

→ Primas de seguros

→ Suministros

→ Otros servicios exteriores

→ Gastos de personal

→ Capacidad productiva

→ Coste horario

→ Gastos financieros

→ Amortización de las inversiones

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

**Gestión económico
financiera**

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Gestión económico financiera → Plan de tesorería

Objetivos específicos:

- Establecer, a partir de la política de cobros y pagos establecida, y en base a la estacionalidad de las ventas en el sector, si existirán tensiones de tesorería.
- Determinar las fuentes de financiación necesarias y definir las condiciones más adecuadas de las mismas para hacer frente a las necesidades detectadas.

Formas de cobro

- Fórmulas de financiación a clientes
- Estrategias de cobro:
 - Ventajas en el cobro al contado
 - Fórmulas de aplazamiento de cobros
 - Cobros previos
 - Cobro por hitos
- Medios de cobro:
 - Tradicionales: metálico, datafono, transferencia
 - Cobro online: pasarelas, PayPal, Bizum y similares, otros

Formas de pago

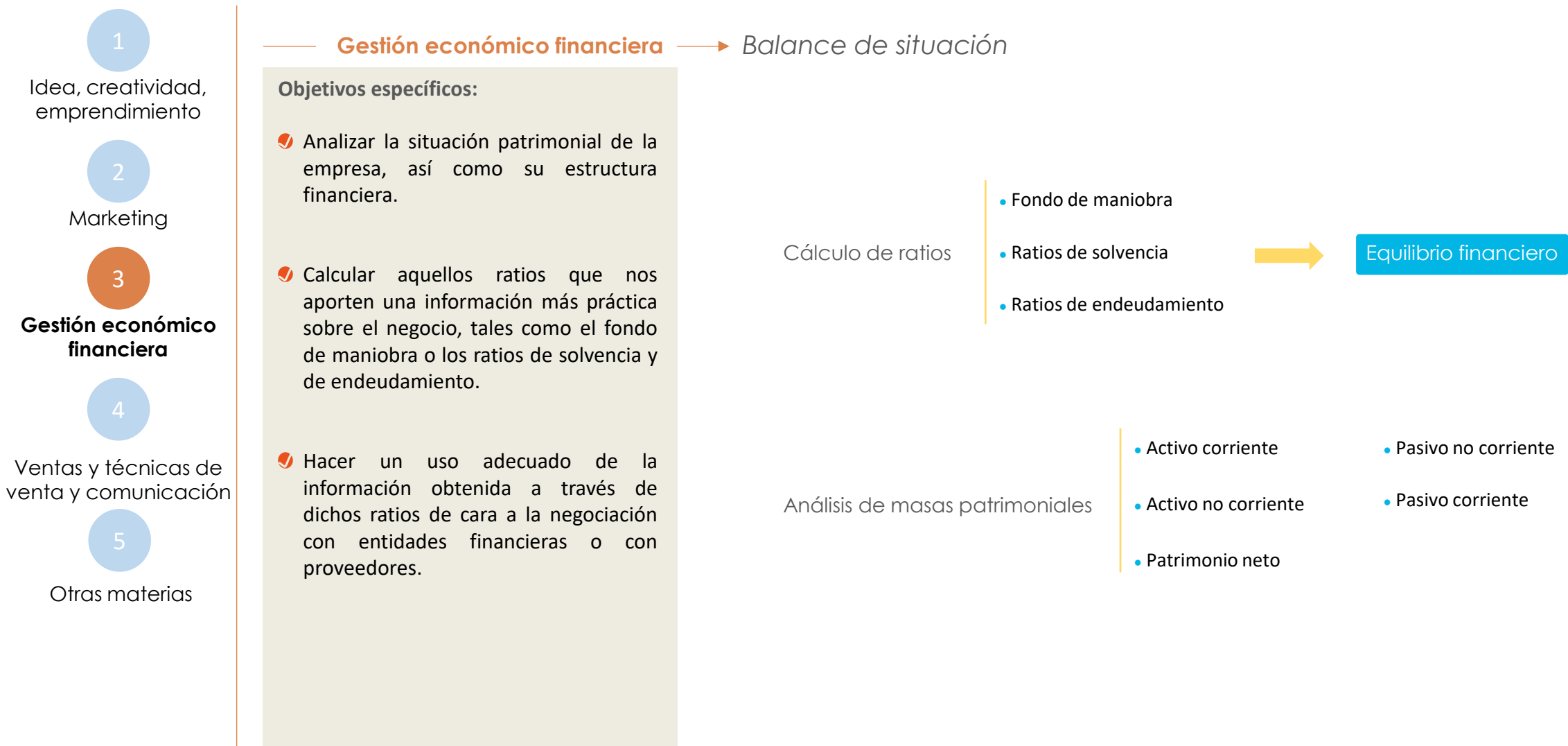
- Plazos de pago
- Fórmulas especiales de financiación de proveedores (hostelería)
- Promociones y descuentos:
 - Pronto pago
 - Lotes
 - Descuentos y rápeles

Estacionalidad de las ventas

- Estudio de la demanda potencial:
 - Tendencias sectoriales
 - Hábitos de consumo
 - Factores de impulso y freno de la demanda
- Distribución de las ventas:
 - Cuatrimestral, trimestral, mensual
 - Semanal
 - Diaria
- Campañas especiales
 - Por rebajas
 - Por fechas concretas
 - Por motivos de producción
 - Otras

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos



Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

- 1
Idea, creatividad,
emprendimiento
- 2
Marketing
- 3
Gestión económico
financiera
- 4
**Ventas y técnicas de
venta y comunicación**
- 5
Otras materias

Ventas y comunicación

El objetivo en esta área es el de transmitir a las personas participantes la importancia de una adecuada planificación comercial.

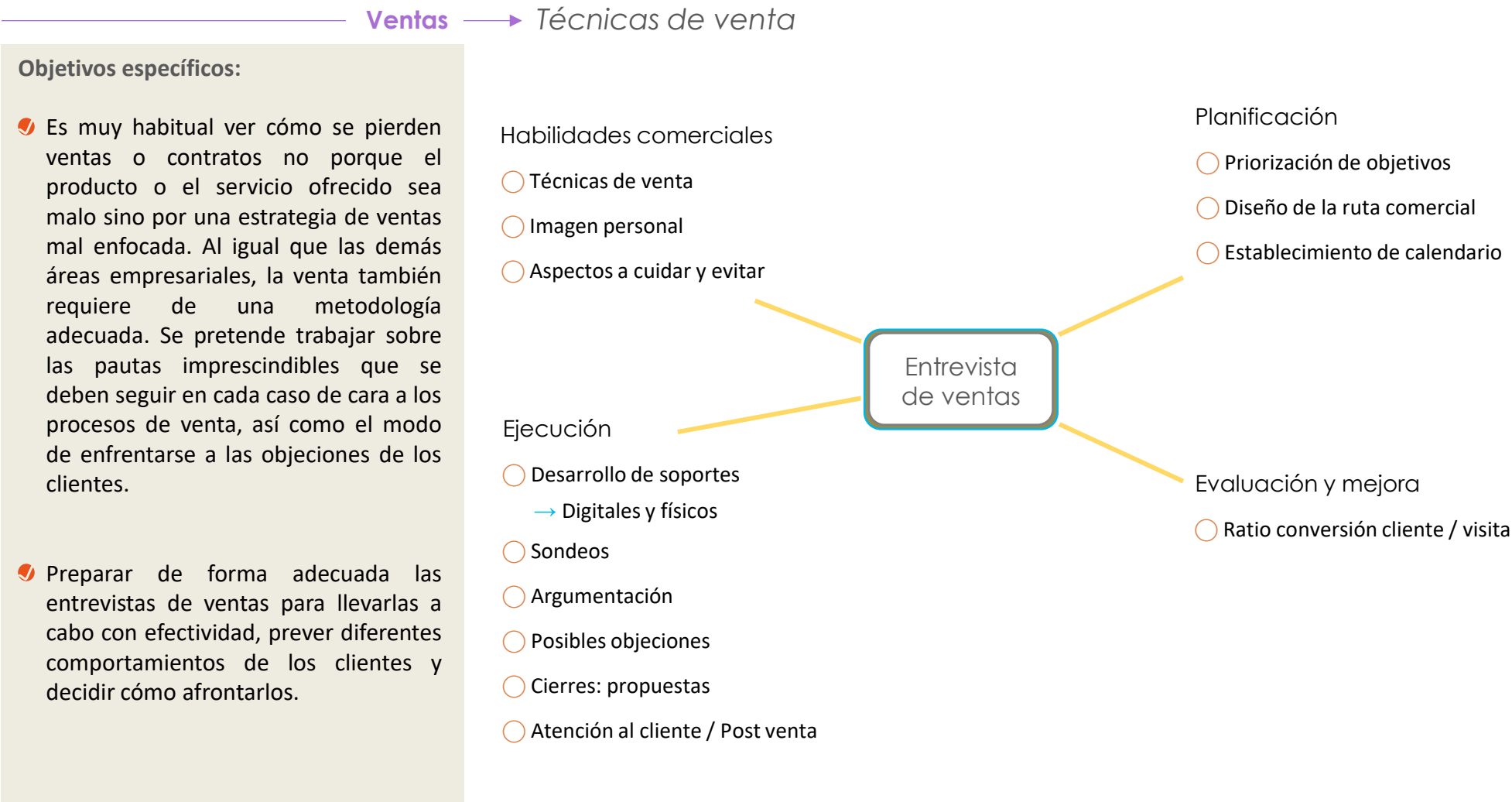
Existen muchos mitos alrededor de la actividad comercial y a menudo las personas emprendedoras la afrontan con miedos debidos principalmente al desconocimiento y la inseguridad. El objetivo es establecer una metodología de trabajo que facilite estos procesos.

A menudo se considera la atención al cliente algo improvisado y casi instintivo. Sin embargo, estas interacciones marcan en gran medida la relación que conseguimos establecer con la clientela en el largo plazo, por lo que merecen un adecuado estudio en profundidad.



Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos



Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

**Ventas y técnicas de
venta y comunicación**

5

Otras materias

Ventas → *Atención al cliente*

Objetivos específicos:

- El principal objetivo es ofrecer a las personas formadas los elementos teórico prácticos necesarios, tanto para identificar los aspectos que intervienen en la percepción satisfactoria del servicio por parte de la clientela, como para llevar a cabo de forma efectiva una correcta atención a ésta.
- El alumnado conocerá las variables que influyen en la percepción de una buena atención por parte de la clientela.
- Además, conocerá la necesidad de establecer protocolos de atención al cliente en un contacto personal, telefónico o escrito y aprenderá a hacerlo de forma óptima.
- Otro objetivo clave es aprender a distinguir diferentes comportamientos de la clientela y saber cómo afrontarlos.

El cliente como centro de la empresa

- ¿Por qué preocuparse por la atención al cliente?
- ¿Quién es nuestro cliente? Clientes externos e internos
- Satisfacción y lealtad
- ¿Qué crea insatisfacción en el cliente?

Las 10 claves de la
atención al cliente

Técnicas de atención al cliente

→ ¿Qué hay que conocer antes de atender a un cliente? Procedimientos:

En el momento del contacto:

- Atención personal

Protocolos formales que establecen la diferencia
Actitudes a evitar
El lenguaje no verbal
¿Qué otros aspectos necesitamos cuidar?

- Atención telefónica:

Protocolos formales que establecen la diferencia
Actitudes/Lenguaje a evitar

- Atención escrita:

La comunicación escrita en el mundo de la empresa.
Cómo responder un mail/carta de forma profesional

El **seguimiento** tras el contacto:

¿Sabemos si ofrecemos realmente un buen servicio?

Reclamaciones:

Cómo tratarlas.

¿Interesan todos los **clientes**?

La **asertividad** como herramienta para el trato con la clientela

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad, emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico financiera

4

Ventas y técnicas de venta y comunicación

5

Otras materias

Otras materias de interés

Se pretende discutir en profundidad la estructura organizativa que va a sustentar el modelo de negocio planteado, estableciendo con precisión todos los aspectos operativos, tales como la atribución de funciones y responsabilidades o la toma de decisiones.

El estudio de la capacidad productiva y las necesidades de externalización detectadas a partir del mismo tiene como meta permitir a la empresa alcanzar los objetivos planteados en condiciones de viabilidad.

Es preciso analizar y adecuar los sistemas organizativos del negocio a las últimas tendencias sectoriales y al marco normativo vigente, principalmente en aquellos casos con una reglamentación más específica.

A menudo, los proyectos emprendedores suelen precisar de ciertas nociones básicas en otros aspectos fundamentales como la gestión de la calidad, la sostenibilidad medioambiental o la prevención de riesgos laborales.

Organización

- Diseño del sistema organizativo
- Recursos internos
 - Humanos
 - Infraestructura
- Recursos externos

Producción

- Planificación
- Procesos relacionados con clientes
- Diseño y desarrollo
- Compras
- Prestación de servicio

Calidad

- Protocolos de actuación
- Medición, análisis y mejora
 - Satisfacción de clientes
 - Control interno
 - Seguimiento y medición
 - Mejora continua

Medioambiente

- Gestión y certificaciones
- Marco normativo

Prevención de riesgos laborales

- Conceptos básicos
- Actuación en emergencias
- Organismos públicos

OTRAS MATERIAS DE INTERÉS

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

- 1
Idea, creatividad, emprendimiento
- 2
Marketing
- 3
Gestión económico financiera
- 4
Ventas y técnicas de venta y comunicación
- 5
Otras materias

Otras materias de interés → Sistema organizativo y protocolos

Objetivos específicos:

- Diseñar la estructura organizativa idónea para la empresa, dadas su actividad y estructura, estableciendo el reparto de responsabilidades entre las personas integrantes de la misma.
- Medición de la capacidad productiva de la empresa en las condiciones planteadas, detección de los puntos de ruptura y establecimiento de las necesidades de contratación o subcontratación derivadas de los mismos.
- Selección de los proveedores de productos o servicios más adecuados y alineación de los argumentos para la negociación con las necesidades del proyecto.

Sistema organizativo

- Gestión
- Administración
- Labor comercial
- Producción
- Herramientas de control:
 - Productividad
 - Necesidades de:
 - Contratación
 - Subcontratación
 - Comunicación interna
- Políticas de contratación
- Asesores externos

Producción → Establecimiento de protocolos de actuación

- Capacidad productiva → Necesidad de subcontratación
- Gestión de proveedores → Necesidades logísticas

Metodología y plan de trabajo

Contenidos propuestos

1

Idea, creatividad,
emprendimiento

2

Marketing

3

Gestión económico
financiera

4

Ventas y técnicas de
venta y comunicación

5

Otras materias

Otras materias de interés

Calidad, medioambiente y riesgos laborales

Objetivos específicos:

- Adquirir una visión completa de la gestión de la calidad y su aplicación en la realidad empresarial, a fin de propiciar la mejoría de los procesos de gestión y desarrollo de la actividad del negocio.
- Conocer las opciones de cada caso para contribuir a la sostenibilidad medioambiental, así como el marco normativo vigente.
- Obtener una imagen completa de la organización aplicando políticas de prevención de riesgos laborales y salud laboral.

Calidad

- Protocolos de actuación
- Medición, análisis y mejora
 - Satisfacción de clientes
 - Control interno
 - Seguimiento y medición
 - Mejora continua

Medioambiente

- Planificación de la gestión medioambiental
- Certificaciones
- Marco normativo:
 - Legislación básica aplicable

Prevención de riesgos laborales

- Riesgos ligados a:
 - Las condiciones de seguridad
 - El medioambiente de trabajo
- Carga de trabajo, fatiga e insatisfacción
- Sistemas elementales de control de riesgos
 - Protección colectiva
 - Protección individual
- Actuación en emergencias
- Control de salud de trabajadores

Metodología y plan de trabajo

Contenidos adicionales

Tal y como se ha indicado, los ámbitos temáticos principales que se tratarán durante la ejecución del servicio son los descritos en profundidad en las páginas anteriores del presente documento.

Sin embargo, el formato de este modelo formativo, diseñado para fomentar la participación y el intercambio de dudas e ideas, propiciará que el equipo formador introduzca otros temas de gran interés para las personas participantes durante las sesiones. Así, se discutirán aspectos propios del día a día de los negocios que ofrecerán una visión realista y práctica de la gestión de los mismos.

- ✔ Negociación con proveedores.
- ✔ Digitalización de procesos e incorporación de la tecnología en el día a día.
- ✔ Elaboración de presupuestos y facturas.
- ✔ Establecimiento de redes de colaboración con otras empresas.
- ✔ Determinación de horarios de trabajo y/o atención al público.

Metodología y plan de trabajo

Distribución horaria de los contenidos y calendario tipo

Distribución horaria de los contenidos

La formación grupal presencial está diseñada para implementarse en 12 jornadas lectivas de 6 horas de duración cada una, a las que se añadirán dos jornadas de 4 horas: una para preparar la exposición final de cada participante y otra para la propia exposición al grupo.

En cuanto al número de horas asignadas a cada área temática, será como sigue:

Área temática	Nº horas
1 Idea, creatividad, emprendimiento.....	12
2 Marketing.....	18
3 Gestión económico financiera.....	18
4 Ventas y atención al cliente.....	12
5 Otras materias de interés	12
6 Preparación de presentación / Exposición final.....	8
Total	80

Calendario tipo

Presentamos un calendario tipo para la ejecución de los cursos. Dada la duración de cada jornada lectiva, planteamos una ejecución a lo largo de tres semanas consecutivas, de lunes a viernes, tal y como mostramos a continuación:

Semana 1				
Lunes 23/6	Martes 24/6	Miércoles 25/6	Jueves 26/6	
Idea, creatividad, emprendimiento 6 h.	Idea, creatividad, emprendimiento 6 h.	Marketing 6 h.	Marketing 6 h.	
Semana 2				
Lunes 30/6	Martes 1/7	Miércoles 2/7	Jueves 3/7	Viernes 4/7
Marketing 6 h.	Gestión económico financiera 6 h.	Gestión económico financiera 6 h.	Gestión económico financiera 6 h.	Preparación presentación 4 h.
Semana 3				
Lunes 7/7	Martes 8/7	Miércoles 9/7	Jueves 10/7	Viernes 11/7
Ventas y atención al cliente 6 h.	Ventas y atención al cliente 6 h.	Otras materias de interés 6 h.	Otras materias de interés 6 h.	Exposición final 4 h.

Metodología y plan de trabajo

Materiales y herramientas de apoyo

Todas las personas participantes en esta modalidad de formación recibirán una serie de materiales y herramientas que les servirán no solo para asentar los conocimientos obtenidos, sino también para facilitarles el análisis y toma de decisiones en sus proyectos.

1.- Manual de Contenidos de la formación

Hemos desarrollado un Manual con los contenidos principales de la formación para que sirva como apoyo y guía de fácil consulta. Principales características:

- Se entregará en formato pdf imprimible.
- Está estructurado por ámbitos temáticos y módulos, constando cada uno de:
 - Exposición teórica junto con esquemas gráficos, infografías, enlaces de video, etc.
 - Ejercicios prácticos para fomentar la comprensión.
 - Bibliografía y enlaces web de referencia y consulta recomendada.

Metodología y plan de trabajo

Materiales y herramientas de apoyo

2.- Guion para la Elaboración del Plan de Negocio

Todas las personas participantes en la formación recibirán una copia del Guion para la Elaboración del Plan de Negocio

3.- Plantilla del Plan Económico Financiero

Asimismo, se les facilitará la plantilla en formato Microsoft Excel con la que podrán trabajar el análisis de viabilidad económica y la planificación financiera de sus proyectos. Esta plantilla, programada para facilitar los cálculos y la visualización del efecto de los cambios introducidos en los conceptos mostrados, expone de forma clara y sencilla los cuadros fundamentales:

- ✓ Plan de inversiones y financiación.
- ✓ Balance de situación.
- ✓ Balance de sumas y saldos.
- ✓ Cuenta de resultados.
- ✓ Cuadro de facturación y costes.
- ✓ Estacionalidad de ventas.
- ✓ Presupuesto de tesorería.
- ✓ Principales ratios.

4.- Certificado de aptitud final

Se facilitará un cuestionario final en el que con preguntas cerradas y abiertas, así como ejercicios prácticos fijaremos los conceptos aprendidos durante el curso y dará opción a obtener el certificado de APTO del mismo tras conseguir la calificación mínima objetivo.



PKF Attest | Todos los derechos reservados ©

PKF Attest es miembro de PKF Global, la red de firmas miembro de PKF International Limited, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente y no acepta ninguna responsabilidad u obligación por las acciones o inacciones de cualquier miembro individual o firma(s) corresponsal(es). "PKF" y el logotipo de PKF son marcas comerciales registradas utilizadas por PKF International Limited y firmas miembros de la red de PKF Global. No pueden ser utilizados por nadie que no sea una firma miembro debidamente autorizada de la Red.

Para más información, visita:

www.pkf-attest.es