

Creación y gestión de pymes.

Código: PA09

Duración: 50H

Objetivos:

- Identificar los intereses y motivaciones del emprendedor.
 - Determinar las variables que definen el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
 - Generar una idea de negocio con éxito.
 - Realizar el análisis DAFO de la oportunidad de negocio
 - Identificar los recursos económicos propios o ajenos para la financiación de la PYME.
 - Diferenciar las clases de empresas y los tipos de sociedades en pequeños negocios o microempresas, así como su forma jurídica.
 - Analizar los trámites burocráticos para la puesta en marcha de una PYME
 - Realizar un estudio de mercado analizando el entorno de nuestro negocio o empresa.
 - Desarrollar el plan estratégico para la implantación de la empresa.
 - Identificar las ventajas e inconvenientes de la descentralización productiva como estrategia de racionalización.
 - Definir la presentación de la idea de negocio.
 - Realizar el estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
 - Identificar los instrumentos de edición y presentación de la información.
 - Identificar las herramientas de presentación y divulgación del plan de negocios a terceros.
 - Conocer los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
 - Identificar las fuentes de financiación a corto y largo plazo
- Realizar el Plan de Marketing de la empresa

Contenidos

Unidad 1. La idea y el emprendedor.

- Introducción
- Evaluación del potencial emprendedor
 - Características del emprendedor
 - Conocimientos
 - Destrezas
 - Actitudes
 - Intereses y motivaciones
- 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
- 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
- Análisis de oportunidades e ideas: planteamiento
- Identificación de oportunidades e ideas de negocio
 - Necesidades y tendencias
 - ¿Cómo generar una idea de negocio? Proceso tendencias
 - ¿Cómo encontrar una idea de negocio con éxito?
 - Fuentes de búsqueda
 - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades
 - Técnicas de creatividad en la generación de ideas
 - Técnica de Edward Bono (Seis Sombreros)
 - El pensamiento irradiante
- Análisis DAFO de la oportunidad de negocio

- Concepto
- Utilidad y limitaciones
- Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades
- Elaboración del DAFO
- Interpretación del DAFO
-

Unidad 2. Técnicas y recursos para crear una PYME.

- Introducción
 - Recursos económicos propios o ajenos
 - Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
 - Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
- 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
- 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
- Unidad 3. El Plan Estratégico
 - 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

- Análisis de las variables intervinientes
 - Introducción
 - Las características de un segmento de mercado
 - Posibles variables para segmentar un mercado
- Desarrollo del plan estratégico
 - La descentralización productiva como estrategia de racionalización
 - La externalización de servicios ?Outsourcing?
 - Clientes potenciales
 - Canales de distribución
 - Proveedores
 - Competencia
 - Barreras de entrada
 - Análisis de decisiones previas

Unidad 4. El Plan de negocio

- 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
- Previsión y planificación económica
- La búsqueda de financiación
- Presentación del plan de negocio y sus fases
 - Introducción
 - 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
 - Plan de organización: R.R.H.H
 - Plan económico financiero
- Instrumentos de edición y presentación de la información
 - Introducción
 - Aspectos formales del documento

- Elección del tipo de soporte de la información
- 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

Unidad 5. Gestión y organización de una PYME

- Introducción
 - Componentes básicos de una pequeña empresa
 - Sistemas: planificación, organización, información y control
 - Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
 - La estructura organizativa de la empresa
 - Control de gestión del pequeño negocio o microempresa
 - Identificación de áreas críticas
- Gestión económico-financiera
 - Características y funciones de los presupuestos
 - El presupuesto financiero
 - Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
 - Estructura, contenido y características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
 - La Memoria
 - Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa
 - Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
 - Rentabilidad de proyectos de inversión
- Plan de marketing
 - Planificación de marketing
 - Determinación de la cartera de productos
 - Gestión estratégica de precios
 - Canales de comercialización

- Comunicación e imagen de negocio
- Estrategias de fidelización y gestión de clientes
- 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