PLAN DE MEJORA DEL PEQUEÑO COMERCIO



PLAN DE MEJORA DEL PEQUEÑO COMERCIO

INTRODUCCION

El crecimiento, el empleo y la competitividad de las empresas son factores determinantes para el desarrollo de la "pequeña empresa" dentro del mundo empresarial. Siendo muchas las amenazas que rodean la evolución de estas empresas una de las herramientas más útiles para minimizarlas es la Formación.

DIRIGIDO A:

El Programa está dirigido a personas responsables de la gestión de un PEQUEÑO COMERCIO que quieran mejorar la rentabilidad de su negocio, siendo el **objetivo principal** la elaboración de un PLAN ESTRATEGICO que permita mejorar las capacidades comerciales de las empresas participantes, así como evaluar otras alternativas de expansión y consolidación.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

En la medida que una pequeña empresa sea capaz de añadir a su flexibilidad de actuación , las capacidades de gestión más innovadoras, propias en este momento de empresas con mayores recursos, podrá hacer frente a los retos que la actual situación de los mercados impone, y desenvolverse con la competitividad adecuada.

El Programa persigue los siguientes objetivos:

- Facilitar la adaptación de los profesionales del sector que se enfrentan a nuevas exigencias laborales derivadas en especial de las innovaciones surgidas por las nuevas estrategias comerciales.
- Desarrollar redes y cooperación entre productores, proveedores y clientes; en ello participan tanto grandes empresas y
 proveedores como PYME, para estimular la transferencia de conocimientos técnicos y buenas prácticas con el fin de mejorar la
 capacidad de las empresas para fomentar a sus efectivos, especialmente con miras a cubrir las necesidades específicas de las
 PYMES.

CONTENIDOS

PLAN DE MEJORA DEL COMERCIO AL POR MENOR

En el Programa se proporcionan las herramientas necesarias para el desarrollo del Proyecto de Consolidación de empresas y su contenido contempla los siguientes apartados:

- Análisis de oportunidades de negocio.
- Negociación con proveedores.
- Negociación con Instituciones Financieras.
- Entorno Jurídico laboral.
- Entorno Fiscal
- Merchandising en el "Pequeño Comercio"
 - 1. Arquitectura de la tienda

- 2. Secciones
- 3. Surtido productos
- 4. Política de precios. Descuentos. Rebajas
- 5. Promociones
- 6. Escaparatismo.

• Gestión de Stocks

- 1. Lineas de productos. Referencias.
- 2. Marcaje
- 3. Conversaciones margen sobre coste y sobre ventas
- 4. Estadísticas
- Plan de operaciones: Aprovisionamientos, marcaje, etiquetado, colocación, reparación.
- Organización y Recursos Humanos: Manuales organizativos y operaciones, motivación, formación.
- Contabilidad. Proceso contable.

- Introducción al análisis financiero. Análisis de estados financieros y ratios sectoriales: márgenes rotación rentabilidad estructura de gastos.
- Viabilidad de proyectos de expansión o remodelación comercial.
- Informática como herramienta para el análisis y control del negocio
- El cliente: satisfacción, fidelización y resolución de quejas.
- Efectos de la moneda única (EURO) en el comercio minorista: aspectos estratégicos y aspectos operativos.
- Plan estratégico para el "Pequeño Comercio":
 - 1. Estrategias defensivas
 - 2. Estrategias ofensivas
 - 3. Estrategias de cooperación

Dentro del Programa existen semanas de **TRABAJO DE CAMPO TUTELADO** y otras de **CONSULTORIA DE PROYECTOS** (reuniones individualizadas de trabajo, entre profesores y participantes de los proyectos con su equipo en su caso).

Una vez concluidos estos aspectos habrá una presentación previa individual, y posteriormente tendrá lugar la presentación final del Proyecto de desarrollo de la Empresa.

METODOLOGÍA PEDAGÓGICA

Los métodos pedagógicos utilizados son fundamentalmente de carácter participativo: proyectos, juegos de empresa, casos, conferencias, toma de decisiones con ayuda de ordenador.

CALENDARIO

PROGRAMA DEL PEQUEÑO COMERCIO

SEMANA I

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Consultoría Inicial	Consultoría Inicial	Consultoría Inicial	Consultoría Inicial
	del Plan	del Plan	del Plan	del Plan

SEMANA II

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Consultoría	Consultoría	Consultoría	Consultoría
	Individual de Finanzas	Individual de Finanzas	Individual de Finanzas	Individual de Finanzas
	Sesión Conjunta	Sesión Conjunta	Sesión conjunta	Sesión conjunta
	Finanzas	Finanzas	Finanzas	Finanzas

SEMANA III

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
Consultoría Individu		Consultoría Individual	Consultoría Individual	Consultoría Individual
Marketing		Marketing	Marketing	Marketing
	Sesión Conjunta	Sesión Conjunta	Sesión conjunta	Sesión conjunta
	Marketing	Marketing	Marketing	Marketing

PROGRAMA DEL PEQUEÑO COMERCIO

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA IV		Consultoría Individual Jurídico/Fiscal	Consultoría Individual Jurídico/Fiscal	Consultoría Individual Jurídico/Fiscal	Consultoría Individual Jurídico/Fiscal
		Sesión Conjunta Jurídico/Fiscal	Sesión Conjunta Jurídico/Fiscal	Consultoría Individual Jurídico/Fiscal	Consultoría Individual Jurídico/Fiscal

SEMANA V

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Consultoría Individual	Consultoría Individual	Consultoría Individual	Consultoría Individual
	del Director del Plan			

SEMANA VI

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Consultoría Individual del Director del Plan	Consultoría Individual del Director del Plan	Merchandaising	Merchandaising

PROGRAMA DEL PEQUEÑO COMERCIO

	_	B A		N.I	A	1/1	ı
•	-	IV/I	Δ	N	Δ	W	ı

LUNES	LUNES MARTES		MIERCOLES JUEVES	
	Consultoría Individual	Consultoría Individual	Consultoría Individual	Consultoría Individual
	Informática- Internet	Informática- Internet	Informática- Internet	Informática- Internet
			[
	Sesión Conjunta	Sesión Conjunta	Consultoría Individual	Consultoría Individual
	Informática-Internet	Informática-Internet	Informática-Internet	Informática-Internet

SEMANA VIII

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Escaparatismo	Interiorismo	ARQUITECTURA DE INTERIORES	ARQUITECTURA DE INTERIORES

SEMANA IX

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	Consultoría Final Individual Director del Plan			