



DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE LUGO

BURELA CON SU COMERCIO

PLAN DE MEJORA DEL PEQUEÑO COMERCIO

2010

PLAN DE MEJORA DEL PEQUEÑO COMERCIO

INTRODUCCION

El entorno empresarial del "pequeño comercio" se encuentra en la actualidad fuertemente amenazado y se ha considerado que para favorecer el crecimiento, el empleo y la competitividad de las empresas, una de las herramientas más útiles para minimizar las amenazas de ese entorno es la realización de programas de apoyo que le hagan consolidarse más y dar el salto a metas más ambiciosas, con el consiguiente aumento del empleo.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

El programa de formación que se propone persigue los siguientes objetivos:

- Facilitar la adaptación de los profesionales del sector que se enfrentan a nuevas exigencias 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.

En este contexto, se hará un esfuerzo por:

- ☞ Fomentar el desarrollo de actividades conjuntas competitivas y la participación de las PYMES en redes de empresas.

Con el fin de que todos los participantes mejoren los niveles actuales de gestión, proporcionándoles las herramientas necesarias para aprovechar de forma competitiva las oportunidades de sus negocios.

BURELA CON SU COMERCIO

- La base metodológica en la que se apoya el programa es la **consultoría individualizada activa**.

INICIO DEL PROGRAMA PREDIAGNOSTICO

Durante la primera semana se desplaza el Director del Programa a todos y cada uno de los comercios inscritos para llevar a cabo un **PREDIAGNOSTICO INMEDIATO** que permita detectar rápidamente las tipologías de las empresas participantes.

Durante esta visita se determina el **perfil de la empresa** y se evalúan las necesidades de consultoría especializada a realizar posteriormente por los consultores de áreas funcionales específicas.

Durante esta primera semana se convoca además a todas las empresas a **sesiones conjuntas**, normalmente por las tardes y después de la jornada laboral para explicar la metodología de elaboración de un Plan de Mejora del Comercio y entregar el material de trabajo que consiste en una Guía conceptual y documentación de diferentes áreas.

DIAGNOSTICOS FUNCIONALES

En las semanas siguientes, visita las empresas el consultor especialista correspondiente (Finanzas, Marketing, Interiorismo y escaparatismo, Jurídico Fiscal, e Informática de Gestión y Nuevas Tecnologías), que siguiendo las instrucciones del Director del Programa ha concertado previamente las entrevistas que le incumben. Por las tardes a última hora de 7 a 10, normalmente impartirá sesiones conjuntas sobre temas de su área con lo que consigue una sinergia adecuada en sus desplazamientos, alternando consultoría individualizada y formación conjunta.

ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Director del Programa, a medida que se van completando los diagnósticos funcionales, establece el CRONOGRAMA con los hitos de control para el avance del Plan Estratégico en cada empresa y determinan el ritmo de visitas del consultor principal. Esta fase es crítica debido a la, normalmente, recargada agenda de los representantes o gerentes de las empresas y a su "cultura de gestión del día a día". Para contrarrestar esta despreocupación por el medio y largo plazo el equipo de consultores de la Fundación Crea trata de propiciar desde el Prediagnóstico y por medio de los diagnósticos funcionales y sesiones conjuntas, un cambio de la "cultura empresarial" de los participantes, con énfasis en el posicionamiento competitivo de la empresa a medio plazo y en un adecuado control de gestión que permita detectar y corregir con suficiente antelación eventuales problemas.

Si no es posible el desarrollo de un Plan Estratégico completo se exige, como mínimo, a los participantes, un Plan de Mejora con la fijación de objetivos y elaboración de presupuestos para el ejercicio corriente y siguiente año.

DESARROLLO PREVISTO DE LAS ACCIONES

- Consultoría para el AVANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO, previa cita con cada empresa durante la jornada laboral.
- SESIONES CONJUNTAS en horario a convenir a partir de la terminación de la jornada laboral.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DEL PLAN ESTRATÉGICO

- Metodología de la consultoría de Diagnóstico-Evaluación
- Fases de elaboración del Plan Estratégico
- Metodología de puesta en marcha y seguimiento posterior de los Planes Estratégicos

+

ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO
CADA PARTICIPANTE REALIZARÁ
EL CORRESPONDIENTE PLAN DE SU
"PEQUEÑO COMERCIO"

+

ASESORAMIENTO PRÁCTICO
DE LAS TENDENCIAS
DE SU MERCADO

+

SEGUIMIENTO INDIVIDUALIZADO

PLAN DE MEJORA DEL PEQUEÑO COMERCIO

El programa de formación para el pequeño comercio contempla los siguientes puntos:

- **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

BURELA CON SU COMERCIO

3. Conversaciones margen sobre coste y sobre ventas
4. Estadísticas

BURELA CON SU COMERCIO

- **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.
- **Plan estratégico para el “Pequeño Comercio”:**
 1. Estrategias defensivas
 2. Estrategias ofensivas
 3. Estrategias de cooperación

BURELA CON SU COMERCIO

PARTICIPANTES

Los participantes de este programa serán los propietarios o en su defecto los responsables de la gestión del "Pequeño Comercio".

El número de participantes no debe exceder de 20 personas.

BURELA CON SU COMERCIO

DURACIÓN DEL PROGRAMA

250 horas

METODOLOGÍA

Es eminentemente práctica y está basada en:

- Clases teóricas con todos los participantes
- Tutorías individuales en el negocio

Elaboración de un Plan Estratégico de su negocio.

BURELA CON SU COMERCIO

CALENDARIO

BURELA CON SU COMERCIO

BURELA CON SU COMERCIO				
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
1ª semana				
Introducción al Plan Estratégico	Introducción al Plan Estratégico	Introducción al Plan Estratégico	Introducción al Plan Estratégico	Introducción al Plan Estratégico
2ª semana				
Consultoría individual de Marketing,	Consultoría individual de Marketing,	Consultoría individual de Marketing,	Consultoría individual de Marketing,	Consultoría individual de Marketing,
Consultoría individual de Marketing	Sesión conjunta Marketing	Sesión conjunta Marketing	Consultoría individual de Marketing,	Consultoría individual de Marketing
3ª semana				
Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores
Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Sesión conjunta Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Sesión conjunta Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores	Consultoría individual Escaparatismo, merchandising, arquitectura de interiores
4ª semana				
Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico
Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Sesión conjunta Internet y Comercio electrónico	Sesión conjunta Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico	Consultoría individual Internet y Comercio electrónico
5ª semana				
Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal
Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Sesión conjunta individual Finanzas, jurídico-fiscal	Sesión conjunta individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal	Consultoría individual Finanzas, jurídico-fiscal
6ª semana				
Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan
Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan	Consultoría Final individual Director del Plan