

PLAN DE ACTUACIÓN:

Adhesión a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven

2013-2016



Confederación Española de Comercio

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DE LA ENTIDAD	3
1.1. ACTIVIDAD PRINCIPAL	3
1.2. LA FORMACIÓN EN LA CEC	10
1.3. MISIÓN Y OBJETIVOS	12
1.4. NUESTROS VALORES	14
2. PLAN DE ACTUACIÓN	15
2.1. INTRODUCCIÓN	15
2.2. MEDIDAS	16

1. PRESENTACIÓN DE LA ENTIDAD

1.1. ACTIVIDAD PRINCIPAL

La **Confederación Española de Comercio (CEC)**, constituida en 1984, es la organización empresarial para la defensa, la representación y el fomento de los intereses generales del comercio urbano y de proximidad. Nuestra organización integra a 64 federaciones, que agrupan a más de 1500 organizaciones de ámbito autonómico y provincial de autónomos y pequeño y mediano comercio así como organizaciones sectoriales de ámbito nacional, representando, en su conjunto, a cerca de 450.000 comerciantes.

La Confederación Española de Comercio es miembro de pleno derecho de la **Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)**, organización más representativa de las pymes en España y de la **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)**. Igualmente, la CEC está integrada en la patronal europea **EUROCOMMERCE**, de la cual somos miembros fundadores y además goza de una amplia presencia institucional en diversos organismos, comisiones y grupos de trabajo relacionados con el sector comercio.

La amplia y probada experiencia de que dispone nuestra confederación, su gran representatividad y carácter estratégico así como el conocimiento acumulado a lo largo de los años, convierten a la Confederación Española de Comercio en una entidad con una fuerte capacidad de influencia en el sector cuya estructura organizativa vertebrada permite hacer fluir la información con gran eficacia a todos los agentes tanto a nivel territorial como a nivel sectorial.

Además, la totalidad de los cerca de 400 convenios colectivos de ámbito provincial, autonómico y nacional que se negocian en España, son firmados por las organizaciones integradas en la CEC, siendo por ello la organización que representa al sector en los Planes Nacionales de Formación Continua y en el diálogo social en las relaciones con las organizaciones sindicales del sector.

NUESTROS ASOCIADOS

Tanto la Entidad Solicitante como las distintas Entidades Asociadas designadas para la ejecución del Plan Formativo, son entidades empresariales, sectoriales y territoriales, cuya principal actividad es la defensa, la representación y el fomento de los intereses generales del sector comercio de las PYMES y MICROPYMES del territorio español, siendo las siguientes:



	Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía www.cecacomercio.org
	Federación de Comercio de Málaga www.asociacionesenred.com/fecoma
	Federación Provincial de Comercio y Servicios de Sevilla www.aprocom.org
	Federación de Comercio de Almería www.asempal.es/portal
	Federación Provincial de Empresarios y Autónomos de Comercio de Granada www.comerciogranada.com
	Federación Provincial de Comercio de Córdoba www.comerciocordoba.com
	Federación de Comercio de Cádiz www.fedeco.com
Jaén	Federación Empresarial Jiennense de Comercio y Servicios
	Federación de Empresarios de Comercio de Huelva www.cecacomerciohuelva.es
	Confederación de Empresarios de Comercio de Aragón www.ecos.es

**Castilla-La
Mancha**



Federación de empresarios de comercio y servicios de Zaragoza y Provincia

www.ecos.es

Teruel

Asociación Interempresarial Provincial de Comercio de Teruel



Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de la provincia de Huesca

www.fecos.org



Confederación de Comercio de Castilla la Mancha

www.cecama.es



Federación de Comercio de Albacete

www.feda.es



Asociación Provincial del Comercio de Cuenca

www.ceoecuenca.es



Federación de Asociaciones de Pymes y Autónomos del Comercio de la Provincia de Guadalajara

www.fedecogu.es



Federación Empresarial Toledana

www.fedeto.es

Asturias



Federación Asturiana de Comercio

www.facservicios.com



Confederación Canaria de Empresarios

www.ccelpa.org



Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife

www.ceoe-tenerife.com

Canarias

Cantabria



Federación del Comercio de Cantabria

www.coercan.net



Confederación Empresarial Regional de Comercio de Castilla y León

www.conferco.es



Federación Abulense de Empresarios de Comercio

www.confae.org



Federación Leonesa de Empresarios

www.federacionleonesadeempresarios.es



Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales

www.cpoepalencia.es



Federación de Empresarios de Comercio de Soria

www.fecsoria.es



Agrupación Vallisoletana de Empresarios de Comercio

www.avadeco.es



Asociación Zamorana de Empresarios de Comercio



Federación de Empresarios de Comercio de Burgos

www.fecburgos.com



Asociación de Empresarios Salmantinos de Comercio

www.aesco.es



Agrupación de Comerciantes Segovianos

www.comerciodesegovia.es/acs

Cataluña



Confederació de Comerç de Catalunya

www.confecom.cat

País Vasco



Confederación Vasca de Comercio



Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia

www.cecobi.es



Federación Mercantil de Gipuzkoa

www.fmg.es



Federación Alavesa de Comercio y Servicios

www.federacioncomercioalava.com

Extremadura



Confederación Extremeña de Comercio



Federación Empresarial Cacereña

www.fec.es



Federación Empresarial Placentina

www.feplacentina.com



**Federación de Comercio, Servicios e Industria
de la Provincia de Badajoz**

www.fecoba.es

Galicia



Federación Galega de Comercio

www.comerciogalicia.com / www.comerciogalicia.es



**Federación de Entidades Empresariales de Comercio
de la Provincia de A Coruña**



Federación de Comercio de Orense



**Federación de Empresarios de Baixo Miño e Provincia
de Pontevedra**

Comunidad de Madrid
Región de Murcia
Navarra
La Rioja
Comunidad Valenciana
Baleares
Sectoriales

	Confederación de Comercio Especializado de la Comunidad de Madrid www.cocem.es
	Federación de Empresarios de Comercio de la Región de Murcia www.fecom.es
	Federación de Comercios de Navarra www.comercionavarra.com
	Federación de Empresarios de Comercio de La Rioja sie.fer.es
	Confederación de Empresarios de comercio Valenciano www.cecival.es
	Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante www.coepe.es
	Confederación de Empresarios de Castellón www.infocec.es
	Confederación Balear de Comercio (CBC)
	Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción www.faconauto.com
	Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de la Construcción www.andimac.org



Asociación Española de Entidades de Distribución



Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos

www.fece.org



Federación Española de Asociaciones de Ferretería

<http://www.asociacionesenred.com/fedafe/>



Asociación Española de Floristas Interflora

www.aefi.es



Confederación Española de Comerciantes de Muebles



Confederación Española de Detallistas de la Carne

www.cedecarne.es



Agrupación Española de Vendedores al por Menor de Carburantes y Combustibles

www.aevecar.com



Federación Española de Mayoristas de Perfumería, Droguería y Anexos



Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios

www.ganvam.es



Asociación Nacional de Comerciantes de equipos, recambios y accesorios para automoción.

www.ancera.org



Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescado y Productos Congelados

www.fedepesca.org

1.2. LA FORMACIÓN EN LA CEC



La formación es un eje clave para nuestro sector.

El comercio, al igual que el resto de sectores económicos del país, se encuentra inmerso en un proceso de fuerte transformación, adaptándose a los nuevos hábitos y necesidades de los consumidores, lo que requiere emprender acciones encaminadas a mejorar su competitividad e implementando acciones y estrategias adecuadas para una mejor adaptación de los profesionales del sector a las innovaciones tecnológicas emergentes, fomentando sus habilidades y motivación.

Desde la CEC consideramos objetivos prioritarios la formación permanente de los profesionales del sector, la mejora de las competencias y cualificaciones necesarias en ese orden, para mejorar la competitividad de las empresas, sin dejar de lado, el reconocimiento de la experiencia profesional por la vía de las acreditaciones, mandato reiterado por la Unión Europea.

El comercio de proximidad es uno de los formatos comerciales y sectores económicos que mejor mantienen el empleo, a pesar de las dificultades (cerramos 2013 con un -1% en la ocupación, mucho menor que otros sectores) Ocupamos al 11% de la población y representamos cerca del 10% del PIB nacional. Somos un pilar fundamental de la economía española. Lideramos el ranking de autónomos, representando al 26% de autónomos del país, así como del empleo femenino (1 de cada 7 mujeres ocupadas trabaja en el comercio minorista, dentro del sector, suponen el 60%).

La evolución del sector comercial aconseja acometer un plan de formación para el fomento, la mejora de la calidad, la eficiencia de la pequeña y mediana empresa comercial y la preservación de los puestos de trabajo, en aras a aumentar el valor añadido que éstas aportan y mejorar la productividad del sector.

La estructura comercial española, así como la estructura económica global del país, ha variado sensiblemente en las últimas décadas y con ella la aportación que este sector realiza a la economía nacional año tras año.

En esa línea de dar respuesta a las necesidades formativas de las empresas del mediano y pequeño comercio, para una mejor adaptación del profesional al mercado laboral, la CEC consolida su firme compromiso para seguir avanzando en la mejora de la competitividad.

NUESTRA OFERTA FORMATIVA

Oferta Formativa Estatal

En nuestro sector, la formación es fundamental para el desarrollo de cualquier profesional. En la Confederación Española de Comercio tenemos como una de nuestras prioridades propiciar la formación de los trabajadores/as del sector Comercio.

La Confederación Española de Comercio (CEC), ofrece un plan Sectorial de formación destinado a trabajadores (autónomos y régimen general) y desempleados. A continuación detallamos los cursos que imparte actualmente la Confederación Española de Comercio:

ACCIÓN	MODALIDAD	HORAS
COMERCIO INTERNACIONAL	TELEFORMACIÓN	210
TÉCNICAS DE VENTA		60
GESTIÓN DE STOCKS		100
APLICACIONES DE MICROSOFT OFFICE EXCEL 2007 PARA EL PEQUEÑO COMERCIO		110
ESCAPARATISMO		60
TÉCNICAS DE ALMACÉN		70
INNOVACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA: E-COMMERCE Y COMUNITY MANAGEMENT		160
GESTIÓN COMERCIAL DE LA PYME		70
CONOCIMIENTO DE PRODUCTO EN JOYERÍA		55
ATENCIÓN AL CLIENTE		60
MARKETING DE SERVICIOS		135
DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA		90
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS		150
INGLÉS INICIAL		210
INGLÉS INTERMEDIO		210

Oferta Formativa para Jóvenes desempleados menores de 30 años, con compromiso de contratación

Con el fin de incrementar la empleabilidad de los jóvenes, la Confederación Española de Comercio ha diseñado un programa formativo en modalidad presencial que capacitará a jóvenes menores de 30 años, proporcionándoles la posibilidad de ser contratados en empresas del sector.

El Programa, financiado por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), permitirá la contratación del 30% de los alumnos, que se integrarán en las empresas después de un periodo de prácticas.

El Programa está integrado por las siguientes fases:

- 1. Formación en el certificado de profesionalidad:** Creación y gestión de microempresas, con una duración de 480 horas (da derecho a la obtención de certificado de profesionalidad).
- 2. Formación en la acción formativa:** Marketing digital 2.0, con una duración de 120 horas.
- 3. Realización de prácticas:** Módulo de prácticas profesionales en empresa de 40 horas de duración.
- 4. Formalización del contrato** en la empresa (del 30 % de los alumnos).

1.3. MISIÓN Y OBJETIVOS

MISIÓN

La principal misión de la Confederación Española de Comercio es actuar en defensa de los intereses de los comerciantes autónomos, de la pequeña y mediana empresa comercial y de servicios y del comercio en general; y servir como órgano de unión y coordinación de las organizaciones miembro fomentando la cooperación y la unidad empresarial y representando a los asociados en las instituciones y órganos de consulta en los términos que prevea la correspondiente legislación. Contribuyendo todo ello en la consolidación del comercio de proximidad como el formato comercial especializado, más cercano al consumidor y que más contribuye a la conformación de la identidad y vertebración de las ciudades.

OBJETIVOS

- Postular un modelo económico en el que la empresa comercial tenga los medios necesarios para desempeñar el importante papel económico y social que le corresponde.
- Atender las necesidades de información, formación, investigación y perfeccionamiento de las empresas comerciales, estudiando y divulgando cuantos temas puedan afectar a la potenciación de la empresa comercial.
- Desarrollar el diálogo con los poderes públicos, autonómicos y estatales sobre aquellas materias económicas y sociales que incidan en la actividad empresarial comercial, así como participar en el proceso de adopción de medidas que afecten a los empresarios del sector comercio.
- Colaborar para que se instituyan los canales de comercialización más adecuados entre el producto de origen y el consumidor.
- Cooperar con la administración pública y los sindicatos de trabajadores en orden a conseguir un crecimiento estable dentro del entorno de paz social necesaria y el logro de un adecuado nivel de calidad.
- Canalizar la participación de la empresa comercial en los órganos de conciliación, negociación o arbitraje y en cualesquiera otras instituciones nacionales u organizaciones internacionales.
- Defender la imagen del empresario de comercio en los medios de comunicación y ante la opinión pública.
- Fomentar las relaciones, contactos e intercambios con otras organizaciones de análoga naturaleza y finalidad.
- Fomentar la comunicación entre sus miembros a fin de coordinar acciones en cuestiones de interés general para la mejor consecución de sus fines, a través de la elaboración de resoluciones y recomendaciones; y apoyar a sus miembros, mediante la prestación de los servicios de asistencia necesarios.

1.4. NUESTROS VALORES

COMPROMISO: Con el comercio de proximidad, con nuestras ciudades, con los consumidores y con nuestro tiempo. Compromiso con el servicio al consumidor encaminado a la excelencia, donde la calidad sea una constante. Compromiso con nuestros comerciantes, con su presente y futuro, con su capacitación y cualificación.

HONESTIDAD: Ofreciendo una información fluida y transparente. Aplicando el sentido común y la lógica a la operativa diaria.

RESPONSABILIDAD: Responsables para con todos nuestros interlocutores, nuestra Organización y lo que representamos. Responsabilidad ante el presente y futuro de nuestro sector. Exigentes y críticos con nosotros mismos, lo que nos ha permitido avanzar cada día en los últimos 30 años.

ESFUERZO Y DEDICACIÓN: En todos nuestros procesos y proyectos, como las mejores herramientas para alcanzar los objetivos propuestos. Fundamentales en las tareas de informar, formar y representar al comercio de proximidad.

GESTIÓN DEL TALENTO E INNOVACIÓN: Aprovechando y potenciando los recursos humanos disponibles. Apostando por la implementación de nuevas tecnologías y nuevos procedimientos para mejorar nuestra eficacia y eficiencia.

2. PLAN DE ACTUACIÓN

2.1. INTRODUCCIÓN

Entre las medidas de alto impacto a corto plazo que la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven contempla, están los programas formativos con compromiso de contratación, junto con la extensión de la formación relacionada con los certificados de profesionalidad.

En esta línea, la CEC, se encuentra ejecutando el programa específico de ámbito estatal de mejora de la empleabilidad, la cualificación y la inserción profesional de jóvenes menores de treinta años, a través de la impartición de formación que incluye un compromiso de contratación. Esta convocatoria de formación profesional tiene por objetivo financiar las competencias profesionales asociadas a las ocupaciones y empleos de sectores con potencial crecimiento y en aquellas otras que, a pesar de la situación de crisis económica, están mostrando una tendencia positiva en la evolución del empleo.

Por lo tanto, la CEC mediante este programa e iniciativas propias se suma a los objetivos de la EEEJ, contribuyendo a frenar la exclusión social de este colectivo, proporcionando la oportunidad de aumentar la cualificación de las personas destinatarias y a la vez de ser contratadas, para poder adquirir aquellas competencias personales y profesionales que se adquieren a nivel laboral.

Para ello hemos elaborado un plan de actuación compuesto por una medida que consiste en varias acciones:

- Incrementar la formación en certificados de profesionalidad incluida en nuestros planes y en acciones formativas que ofrezcan competencias a los jóvenes en empleos y sectores con potencial de crecimiento.
- Proporcionar formación a los jóvenes en competencias clave que incrementen la competitividad de las empresas y mejoren sus posibilidades de supervivencia en el mercado, capacitándolos como Técnicos en el desarrollo de actuaciones estratégicas para la supervivencia y crecimiento de las PYMES comerciales.
- Incorporar mediante contratos con empresas del sector Comercio y Servicios, a un número de jóvenes menores de 30 años, ya formados como técnicos, con

dificultades de inserción al mercado laboral (en situación de desempleo de larga duración y quienes no hayan accedido a su primer empleo).

2.2. MEDIDAS

MEDIDA 1: OFRECER PROGRAMAS FORMATIVOS DIRIGIDOS A LA OBTENCIÓN DE CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD Y LOS PROGRAMAS FORMATIVOS CON COMPROMISO DE CONTRATACIÓN

1. CORRESPONDENCIA CON LA MEDIDA DE LA EEEJ. Medida 1: Extender los programas dirigidos a la obtención de los certificados de profesionalidad y los programas formativos con compromiso de contratación.

2. TIPO DE MEDIDA: Formación con compromiso de contratación

3. LÍNEA DE ACTUACIÓN: Formación: orientada a mejorar la capacitación profesional de los jóvenes a través de las acciones formativas (aprendizaje, cualificación, recualificación o reciclaje) o laborales (primera experiencia laboral mediante formación profesional dual y becas prácticas) e información individualizada de los asesores de empleo al alumnado.

4. OBJETIVO GENERAL: Mejorar la empleabilidad, la cualificación y la inserción laboral de jóvenes desempleados, proporcionando además a éstos las competencias transversales más valoradas en el mercado de trabajo: Trabajar con motivación, comunicarse de manera eficaz, manejar las TICs, tomar la iniciativa...etc.

5. DESARROLLO DE LA MEDIDA:

Desde la Confederación Española de Comercio queremos contribuir ayudando a los jóvenes que se encuentran en situación de desempleo, que en muchos casos cuentan con una baja cualificación o no cuentan con ninguna experiencia laboral encontrándose muy limitados en la búsqueda y obtención de empleo.



Por todo esto se impartirán Acciones Formativas dirigidas a la obtención de Certificados de Profesionalidad o módulos de certificados de profesionalidad, para formar a los jóvenes en la adquisición de competencias que les sirvan para completar trayectorias profesionales o faciliten una primera experiencia laboral en ocupaciones y empleos de sectores con potencial crecimiento.

Esta formalización se acreditará de acuerdo con lo establecido en el Artículo 11.1 y 3 del Real Decreto 395/2007 de 23 de marzo, así como en el Real Decreto 34/2008 de 18 de enero, por el que se regulan los certificados de profesionalidad, modificado por el Real Decreto 1675/2010 de 10 de diciembre, y en su normativa de desarrollo.

El Plan formativo propuesto capacitará a los jóvenes desempleados como **Técnicos en el desarrollo de actuaciones estratégicas para la supervivencia y crecimiento de las pymes comerciales**. Para ello los contenidos del mismo se centran en las siguientes acciones formativas:

- Acción 1: (ADGD0210) CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS (520 horas)
- Acción 2: MARKETING DIGITAL 2.0 (120 horas)

A través de estas acciones los jóvenes adquirirán las siguientes competencias:

- Planificar nuevas iniciativas y actividades empresariales, identificando nuevas oportunidades de negocio, diseñando, planificando la actividad comercial, etc.
- Diseñar productos y servicios innovadores que permitan que la empresa alcance una posición relevante en el mercado en el que actúa.
- Controlar la actividad y los recursos de la empresa, programando acciones y asignando recursos, definiendo procedimientos de gestión de personas, determinando técnicas de negociación, selección y evaluación de proveedores, etc.
- Comercializar productos y servicios, analizando los canales de comunicación con los clientes, definiendo procesos de actuación con los clientes para su fidelización, etc.
- Diseñar un plan de atención y fidelización del cliente
- Diseñar un plan de comunicación para mejorar el posicionamiento e imagen corporativa de la empresa
- Fomentar la actividad comercial en Internet, mediante el desarrollo de actuaciones de marketing digital para trasladar a este canal la venta de los

nuevos productos y servicios y los planes de atención al cliente y comunicación para propiciar la posición deseada en el mercado

- Realizar gestiones administrativas y económico-financieras, seleccionando alternativas de financiación, aplicando métodos de gestión contable, etc.
- Gestionar la prevención de riesgos laborales, aplicando técnicas de PRL, determinando actividades preventivas, etc.

Además de tales competencias el citado plan formativo potenciará en los jóvenes participantes las competencias que favorecen la necesaria iniciativa y capacidad de emprendimiento para desarrollar tales estrategias y actuaciones. De esta manera, al finalizar el curso estarán capacitados como Técnico especialista en el desarrollo de actuaciones estratégicas para la mejora competencial de las pymes comerciales.

CONTENIDOS DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

A continuación, detallamos los contenidos que se van a impartir durante la ejecución de este proyecto:

Acción Formativa 1: CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD: CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS (480 horas)

UF 1: ACTITUD EMPRENDEDORA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO (40 horas)

- Unidad de aprendizaje 1: Actitud y capacidad emprendedora
- Unidad de aprendizaje 2: Análisis de oportunidades e ideas de pequeño negocio o microempresa

UF 2: PROYECTO Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA (40 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Constitución jurídica del pequeño negocio o microempresa.
- Unidad de aprendizaje 2. Planificación y organización de los recursos en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 3. Planificación económico-financiera previsional de la actividad económica en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 4. Rentabilidad y viabilidad del negocio o microempresa

UF 3: MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA (40 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o

microempresas.

- Unidad de aprendizaje 2. Plan de negocio de la microempresa

UF 4: DIRECCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS (90 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Organización y control de la actividad en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 2. Reclutamiento, selección y contratación de personal en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 3. Gestión de recursos humanos en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 4. Adquisición y mantenimiento de activos fijos de pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 5. Aprovechamiento de existencias y evaluación de proveedores en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 6. Gestión y control del almacén en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 7. Gestión de la calidad y respeto del medio ambiente en pequeños negocios o microempresas.

UF 5: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS (90 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Planificación comercial en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 2. Marketing y comunicación en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 3. Atención al cliente y fidelización en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 4. Técnicas de venta, canales y servicio postventa.
- Unidad de aprendizaje 5. Gestión comercial de pequeños negocio o microempresas

UF 6: PUESTA EN MARCHA Y FINANCIACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS (60 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Inicio de la actividad económica en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 2. Financiación de pequeños negocios o microempresas.

UF 7: GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS (60 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Medios de cobro y pago en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 2. Gestión de tesorería en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 3. Gestión contable, fiscal y laboral en pequeños negocios o microempresas.

UF 8: GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN PEQUEÑOS NEGOCIOS (60 horas)

- Unidad de aprendizaje 1. Seguridad y salud en el trabajo.
- Unidad de aprendizaje 2. Gestión de la prevención de riesgos en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 3. Riesgos generales y actuaciones preventivas en los pequeños negocio o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 4. Situaciones de emergencia y evacuación en pequeños negocios o microempresas.
- Unidad de aprendizaje 5. Organismos, órganos y entidades relacionados con la prevención de riesgos laborales.

Acción Formativa 2:

MARKETING DIGITAL 2.0 (120 horas)

▪ MF 1: CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL MARKETING ON-LINE

UF 1: CONCEPTOS BÁSICOS DE MARKETING

- Dominar los conceptos fundamentales para la realización de un plan de marketing efectivo.

UF2 MARKETING EN INTERNET

- Dominar los conceptos fundamentales para la realización de un Plan de Marketing en Internet efectivo.

UF 3 PROMOCIÓN Y HERRAMIENTAS PROMOCIONALES EN INTERNET

- Usar las principales herramientas promocionales en Internet para llevar a cabo una adecuada promoción en Internet.

UF4 DISEÑO DE UNA WEB COMERCIAL EFECTIVA

- Diseñar una Web comercial efectiva, identificando previamente todas aquellas características que debe cumplir.

▪ MF 2: SOCIAL MEDIA MARKETING: ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS 2.0

UF1 ESTRATEGIA EN MEDIOS SOCIALES

- Asimilar las directrices del Social Media marketing para aplicarlo a estrategias empresariales, comunicándose con el nuevo consumidor y en los diferentes soportes y concibiendo las ventajas e inconvenientes que presenta estar en los Medios Sociales como representación de una empresa.

UF2 TÁCTICAS EN LOS MEDIOS SOCIALES

- Gestionar el funcionamiento de una comunidad online, desenvolviéndose con los usuarios de las redes, conociendo qué métricas pueden aplicarse, administrando el posicionamiento y la mejor forma de aplicarlo y definiendo las tácticas más idóneas para una estrategia en concreto.

UF 3 HERRAMIENTAS EN LOS MEDIOS SOCIALES

- Gestionar el funcionamiento de una marca en Social Media, utilizando las herramientas del Social Media más adecuadas para su estrategia en Social Media.

UF 4 COMPETENCIAS PROFESIONALES EN LOS MEDIOS SOCIALES

- Gestionar crisis y reputación online, determinando el perfil digital de la empresa y valorando las nuevas oportunidades de negocio que se presentan.

▪ MF 3: ACOMPAÑAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN EN SOCIAL MEDIA

- Garantizar la integralidad de los conocimientos adquiridos y su transferencia a un caso práctico real (empresa real o supuesta) que debería culminar en el desarrollo de una estrategia de Social Media.

Posteriormente, el alumnado podrá comenzar a realizar las 40 horas del Módulo de prácticas profesionales del certificado de profesionalidad, además de recibir orientación laboral para la inserción profesional. Finalmente, el 30% del alumnado formalizará un contrato con las empresas del sector.

6. MEDIOS A UTILIZAR

➤ ECONÓMICOS

La parte correspondiente a la actividad formativa de los compromisos de contratación estará totalmente financiada con fondos públicos del Servicio Público de Empleo.

Las empresas contratantes correrán con los gastos salariales de los trabajadores en las respectivas modalidades de contratación

Los programas formativos compuestos por certificados de profesionalidad están 100 % financiados por subvenciones y fondos públicos pertenecientes a entidades públicas tales como la Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo.

➤ MATERIALES

Medios materiales

La actividad formativa del Plan que corresponde al certificado de profesionalidad se desarrolla en Aulas Técnicas, que según lo establecido en el RD que regula el Certificado a impartir (Creación y Gestión de microempresas), contarán con los siguientes equipamientos:

- Equipos audiovisuales,
- Ordenadores instalados en red, cañón de proyección y conexión a internet.
- Pizarras para escribir con rotulador.
- Software específico de la especialidad,
- Rotafolios.
- Material de aula.
- Mesa y silla para formador.
- Mesas y sillas para los alumnos
- Disponen así mismo, de una guía didáctica del alumno, guía de uso del entorno on-line, contenidos con los materiales de aprendizaje y preguntas de autoevaluación en formato PDF que pueden descargarse.
- Como material fungible, se entrega a todos los alumnos, carpeta, cuaderno y bolígrafo para que realicen el seguimiento en el aula.

➤ HUMANOS

Para el correcto desarrollo de este Plan, además del personal de la Confederación Española de Comercio, que dará apoyo y soporte en todo lo relacionado con el ámbito de sus respectivas competencias, especificar que:

Para la impartición de cualquier módulo del certificado de profesionalidad “Creación y gestión de microempresas”, los formadores responden a los siguientes perfiles:

- Expertos en planificación y programación estratégica
- Expertos en competencias comunicativas y de atención al cliente.
- Expertos en administración y gestión económico-financiera de empresas
- Expertos en gestión de recursos humanos y prevención de riesgos laborales

En los tres primeros casos, su cualificación corresponde a Licenciado, Ingeniero o Arquitecto o el título de grado correspondiente. Diplomado Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico.

En el cuarto caso la cualificación será de Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales.

Disponen de dos años de experiencia profesional en el área correspondiente a la materia a impartir.

Los formadores para la acción formativa Marketing Digital 2.0 tendrán:

- Conocimiento del sector y experiencia docente en acciones formativas centradas en el mismo.
- Conocimientos y experiencia en entornos virtuales de formación.

➤ INSTALACIONES

Las entidades asociadas a la Confederación Española de Comercio disponen o colaboran habitualmente con centros acreditados para la impartición del certificado de profesionalidad, y que por tanto cumplen con los requisitos exigidos para tal acreditación en cuanto a instalaciones y equipamiento: Aulas de 45 m2 para 15 alumnos o 50 m2 para 25 alumnos.

Los Centros de impartición son los siguientes:

- Fortec C/ Emilia Pardo Bazán, 16 (Zaragoza)
- Academia San Felipe Neri C/ Comunidad Foral de Navarra, 4-8 (Jaén)
- Academia San Felipe Neri C/ Cervantes, 6 (Arjona, Jaén)
- CES Plus Ultra C/ Monseñor Oscar Romero, nº 72 (Madrid)
- Level Center C/ Luis de Morales, 32a 41018 (Sevilla)
- Sistema Formación y Empleo C/ Berriobide 38, 1º of. 113 Ansoain (Pamplona)
- Inatec C/ General Eguía, 13 (Bilbao)
- Fondo Formacion Euskadi Carretera San Vicente, Km.10 48510 (Trapagaran)

7. BENEFICIARIOS

El perfil del alumno responde a jóvenes menores de 30 años desempleados con una titulación mínima de bachiller, FPII, técnico superior. Prioritariamente aquéllos que acceden a su primer empleo o desempleados de larga duración.

Este programa pretende formar a 233 alumnos a los que se aportarán competencias transversales ajustadas a las demandas del mercado de trabajo que contribuyan al objetivo de incrementar la empleabilidad de los mismos.

8. AMBITO DE ACTUACION

El ámbito de actuación será autonómico, en concreto se desarrollará en Andalucía, Aragón, Madrid, Navarra y País Vasco.

El ámbito de contratación de este Plan se dirigirá a las empresas del sector Comercio, cuya contratación se hará a través de contratos laborales a tiempo completo, durante al menos seis meses, o a tiempo parcial de media jornada, durante al menos doce meses.

9. PERIODO DE ACTUACION

La formación tendrá lugar del 7 de marzo hasta el 31 de octubre de 2014. A partir de este momento la contratación de los alumnos se realizará en un plazo máximo de tres meses tras la finalización de las acciones formativas correspondientes y, en todo caso, antes de que transcurran dos meses desde la finalización del periodo de ejecución de los proyectos.

La contratación se realizará a través de contratos laborales a tiempo completo, durante al menos seis meses, o a tiempo parcial de media jornada, durante al menos doce meses, o por el tiempo equivalente de acuerdo con las condiciones establecidas en el convenio colectivo de aplicación.