

CR6.6 Las acciones de mejora y correctivas en materia preventiva, se aplican estableciendo un procedimiento y calendario de puesta en marcha y conforme a la normativa vigente.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Medios de protección en lugares de trabajo, equipos e instalaciones en trabajos y/o actividades de especial riesgo en el pequeño negocio. Equipos de protección individual (EPI's). Elementos de seguridad, tales como: redes, señales, barandillas, alarmas, manómetros, válvulas de seguridad. Equipos y métodos necesarios para realizar estimaciones de riesgo y/o comprobar la eficacia de las medidas de prevención implantadas. Equipos de medición termohigrométrica. Elementos ergonómicos de un puesto de trabajo. Medios de mantenimiento de la higiene en las instalaciones. Medios de detección y extinción de incendios. Medios de evacuación, actuación y primeros auxilios. Botiquín de primeros auxilios. Medios para la elaboración, distribución, difusión e implantación de las actividades relacionadas con la gestión de la prevención de riesgos laborales.

### Productos y resultados

Riesgos laborales identificados y evaluados. Medidas preventivas definidas e implantadas. Medidas correctoras de los riesgos graves e inminentes, definidas e implantadas. Información relativa a accidentes e incidentes, recopilada y registrada. Plan de prevención de riesgos laborales establecido e implantado. Medios humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha de las medidas preventivas determinados. Estado de limpieza y mantenimiento de los lugares de trabajo, instalaciones, mobiliario y equipos, comprobado periódicamente. Señalización de seguridad y salud en el trabajo comprobada. Plan de emergencias y de evacuación confeccionado. Protocolos de actuación ante situaciones de emergencia transmitidos a los trabajadores. Instalaciones fijas y equipos de extinción de incendios, revisados periódicamente. Botiquín de primeros auxilios, revisado y repuesto periódicamente. Acciones de información y formación relativas a riesgos laborales y medidas preventivas, transmitidas a los trabajadores y verificada su efectividad. Instrucciones y normas de uso de los EPIs transmitidas a los trabajadores y verificada su efectividad. Documentación relativa a la gestión de la prevención, recopilada, archivada y actualizada. Acciones de mejora y correctivas en materia preventiva, aplicadas.

### Información utilizada o generada

Normativa de prevención de riesgos laborales. Documentación de: equipos e instalaciones existentes, actividades y procesos, productos o sustancias y la relacionada con la notificación y registro de daños a la salud. Métodos y procedimientos de trabajo. Manuales de instrucciones de las máquinas, equipos de trabajo y equipos de protección individual (EPI's). Información de riesgos físicos, químicos, biológicos y ergonómicos. Zonas o locales de riesgo especial. Condiciones de seguridad, el medio ambiente de trabajo y la organización del trabajo.

## III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

### MÓDULO FORMATIVO 1

**Denominación:** PLANIFICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

**Código:** MF1788\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1788\_3: Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas.

**Duración:** 120 horas

## UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** Actitud emprendedora y oportunidades de negocio.

**Código:** UF1818

**Duración:** 40 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Detectar oportunidades de negocio aplicando técnicas de creatividad o generación de ideas y analizando las ventajas competitivas, las capacidades del emprendedor, las circunstancias y variables del sector y del entorno asociado a las ideas planteadas.

CE1.1 Definir las principales características personales, técnicas y formativas que debe tener el perfil de emprendedor de pequeños negocios jerarquizando las mismas.

CE1.2 Enumerar las principales herramientas e instrumentos –convencionales y/o telemáticos– para el autodiagnóstico de las habilidades y actitudes del emprendedor.

CE1.3 Aplicar técnicas de creatividad en la generación de ideas de negocio priorizándolas según su factibilidad.

CE1.4 Identificar los diferentes tipos de buscadores –convencionales o telemáticos– explicando el modo de empleo de cada uno de ellos y las técnicas de obtención de información.

CE1.5 Analizar fuentes de información y de ideas de negocio, comparando las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CE1.6 Analizar las principales circunstancias exógenas –coyuntura económica, variables sociológicas, demográficas, jurídicas, políticas, otras– que, con carácter general, pueden influir a la hora de planificar una idea de negocio justificando la importancia de cada una de ellas.

CE1.7 Definir los principales criterios de segmentación del cliente –características personales, socioeconómicas, propensión a la compra, otros– identificando su valor para la elaboración de la estrategia del pequeño negocio.

CE1.8 Identificar las variables a tener en cuenta en el estudio de la competencia y proveedores describiendo su utilidad para el diseño de la estrategia comercial y de marketing.

CE1.9 Determinar las variables a tener en cuenta para que una idea de negocio tenga posibilidades de éxito en el ámbito de pequeños negocios describiendo el grado de utilidad de las mismas en la toma de decisiones.

CE1.10 Precisar los elementos que deben utilizarse en un cuadro de análisis DAFO de cara a establecer las principales estrategias para desarrollar una idea de negocio explicando su utilidad como instrumento de contraste para la toma de decisiones.

CE1.11 Ante un supuesto práctico convenientemente caracterizado sobre detección de oportunidades de negocio:

- Generar ideas de negocio por medio de técnicas de creatividad, priorizándolas en función de criterios de factibilidad.
- Identificar las fortalezas y debilidades del emprendedor a través de cuestionarios de autoevaluación establecidos en Internet u otros medios.
- Localizar la información relacionada con cada idea presentada –sector, competencia, clientes potenciales, proveedores– utilizando las herramientas disponibles.
- Concretar las variables sociológicas y demográficas de segmentación estableciendo el par producto/mercado –qué se va a vender y a quién–.
- Establecer las principales oportunidades y amenazas que ofrece el mercado definido tras la segmentación identificando los factores diferenciadores de cada idea presentada.
- Realizar un DAFO con las variables analizadas –fortalezas y debilidades del emprendedor, oportunidades y amenazas del entorno– utilizando el procesador de textos.
- Seleccionar la idea empresarial más adecuada para el desarrollo de un plan de negocio en función del cuadro de análisis DAFO justificando la decisión.

## Contenidos

### 1. Actitud y capacidad emprendedora.

- Evaluación del potencial emprendedor.
  - Conocimientos.
  - Destrezas.
  - Actitudes.
  - Intereses y motivaciones.
- Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
  - Variables comerciales y de marketing.
  - Variables propias.
  - Variables de la competencia.
- Empoderamiento:
  - Concepto.
  - Desarrollo de capacidades personales para el emprendizaje.
  - La Red personal y social.

### 2. Análisis de oportunidades e ideas de pequeño negocio o microempresa.

- Identificación de oportunidades e ideas de negocio.
  - Necesidades y tendencias.
  - Fuentes de búsqueda.
  - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
  - Técnicas de creatividad en la generación de ideas.
  - Los mapas mentales.
  - Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros).
  - El pensamiento irradiante.
- Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.
  - Utilidad y limitaciones.
  - Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades.
  - Elaboración del DAFO.
  - Interpretación del DAFO.
- Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.
  - Elección de las fuentes de información.
  - La segmentación del mercado.
  - 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.
  - Objetivos y metas.
  - Misión del negocio.
  - Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros.
  - Visión del negocio.
- Plan de acción.
  - Previsión de necesidades de inversión.
  - La diferenciación el producto.
  - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.
  - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos.

## UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** PROYECTO Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA.

**Código:** UF1819

**Duración:** 40 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3, RP4 y RP5, en lo relacionado con formas jurídicas de empresa, planificación de la actividad, estados financieros previsionales y evaluación periódica de la actividad económica.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Distinguir las principales formas jurídicas de constitución de pequeños negocios o microempresas identificando las características de cada una de ellas, sus ventajas e inconvenientes en función de la normativa vigente.

CE1.1 Clasificar las principales formas jurídicas de pequeños negocios identificando sus características.

CE1.2 Interpretar la normativa reguladora de las distintas formas jurídicas válidas para un pequeño negocio de 1 a 10 trabajadores, distinguiendo las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CE1.3 Distinguir las ventajas e inconvenientes de las distintas formas jurídicas utilizando cuadros comparativos a través de aplicaciones ofimáticas generales, en su caso.

CE1.4 En un supuesto práctico en el que se proporcione información debidamente caracterizada sobre la constitución y puesta en marcha de un pequeño negocio en un sector de actividad concreto:

- Identificar las ventajas y desventajas en cuanto a la responsabilidad, de las distintas formas jurídicas aplicables al supuesto planteado.
- Elaborar un cuadro comparativo de las distintas formas jurídicas estudiadas utilizando las herramientas informáticas disponibles.
- Seleccionar la forma jurídica más conveniente evaluando a través de un cuadro comparativo los datos identificados previamente.

C2: Aplicar técnicas de organización en la determinación de recursos humanos, materiales y tecnológicos para el desarrollo de la actividad en función de la naturaleza productiva o de prestación de servicios de pequeños negocios tipo.

CE2.1 Definir las estructuras organizativo-funcionales que se pueden dar en diferentes tipos de pequeños negocios determinando las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CE2.2 Relacionar los diferentes métodos de documentar los procesos, fases, actividades y/o tareas en un pequeño negocio.

CE2.3 Determinar los factores de localización del negocio jerarquizando los mismos para la adecuada ubicación del local.

CE2.4 Identificar las variables a tener en cuenta en el diseño de un local en las principales actividades comerciales de pequeños negocios tipo.

CE2.5 Identificar los recursos materiales y tecnológicos en pequeños negocios tipo en función de la naturaleza productiva o de prestación de servicios, describiendo su utilidad para el desarrollo de las actividades.

CE2.6 Identificar las cuestiones básicas que influyen en las decisiones de inversión –comprar o alquilar, producir o subcontratar, clase de tecnología a emplear, otros– distinguiendo sus ventajas e inconvenientes.

CE2.7 Identificar las funciones, utilidades y coste de las principales aplicaciones ofimáticas –generales o específicas– de apoyo a la gestión de pequeños negocios disponibles en el mercado, tales como procesadores de textos, hojas de cálculo, herramientas de gestión comercial, contable, entre otras, estableciendo las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CE2.8 Identificar las diferentes funciones del personal y principales actividades que se pueden presentar en pequeños negocios tipo, en función de la naturaleza productiva o de prestación de servicios, estableciendo el perfil profesional para cada una de ellas.

CE2.9 Analizar las características y prestaciones de herramientas ofimáticas de control, tales como el cuadro de mandos integral explicando la importancia y ventajas de su utilización para el control de la actividad.

CE2.10 Identificar los factores o áreas críticas más relevantes a controlar en pequeños negocios asociándolos con los indicadores definidos en un cuadro de mandos integral.

CE2.11 En un supuesto práctico en el que se proporcione información debidamente caracterizada sobre las actividades realizadas en pequeños negocios tipo:

- Decidir la ubicación y diseño del local o espacio físico en base a las variables enumeradas en el supuesto.
- Documentar los procesos identificando fases, actividades y/o tareas que los componen.
- Identificar los diferentes puestos de trabajos necesarios y el perfil profesional que requiere cada proceso, fase, actividad o tarea.
- Detectar los recursos materiales necesarios en función del tamaño y actividades indicadas.
- Tomar las decisiones que se consideren más oportunas sobre comprar, alquilar bienes de inmovilizado, producir o subcontratar todo o parte del proceso productivo y la tecnología que en su caso se va emplear.
- Escoger indicadores básicos para el control de la actividad utilizando un cuadro de mandos integral y estableciendo estándares-objetivo en base a la información suministrada.

C3: Analizar los presupuestos económico-financieros de pequeños negocios o microempresas distinguiendo las variables necesarias para la confección de los estados contables previsionales.

CE3.1 Definir el concepto y significado de presupuesto identificando sus principales características.

CE3.2 Interpretar el contenido del presupuesto de inversiones, identificando sus características.

CE3.3 Explicar la confección del presupuesto operativo determinando las principales fases y presupuestos parciales a establecer.

CE3.4 Analizar el presupuesto de ventas distinguiendo las partidas que lo componen y sus variables.

CE3.5 Analizar el presupuesto de compras y aprovisionamiento distinguiendo las partidas afectadas para su cálculo con sus variables.

CE3.6 Identificar las subvenciones que los organismos públicos ofrecen habitualmente a pequeños negocios, describiendo los requisitos exigidos en cada una de ellas.

CE3.7 Analizar el presupuesto financiero identificando las principales fuentes de financiación para pequeños negocios, determinando sus costes, características y condiciones de acceso y, estableciendo sus ventajas y desventajas.

CE3.8 Explicar las principales magnitudes contables y masas patrimoniales –activo, pasivo, patrimonio neto, circulante, inmovilizado– identificando las características comunes de los elementos que las componen.

CE3.9 Analizar la estructura de los estados financiero-contables, previsionales o reales, de pequeños negocios –balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de tesorería, estado de cambios en el patrimonio neto y memoria– identificando su contenido básico.

CE3.10 Describir las principales utilidades y prestaciones de las hojas de cálculo aplicadas a la confección de presupuestos y estados financiero-contables.

CE3.11 En un supuesto práctico en el que se proporcione información debidamente caracterizada sobre la organización de los recursos –humanos, materiales y tecnológicos– de un pequeño negocio e identificados los costes, las fuentes de financiación disponibles y el perfil del cliente potencial, y utilizando hojas de cálculo:

- Elaborar el presupuesto de ventas, teniendo en cuenta los criterios de fijación de precios definidos previamente.
- Calcular el presupuesto de compras y aprovisionamiento, teniendo en cuenta la estrategia comercial previamente definida.
- Confeccionar el presupuesto de inversiones, estableciendo la vida útil de los correspondientes activos así como sus cuotas anuales de amortización económica.
- Seleccionar las fuentes de financiación más adecuadas a las necesidades detectadas y elaborar el correspondiente presupuesto financiero.
- Elaborar el balance inicial de partida del proyecto.
- Confeccionar los estados contables previsionales –el balance de situación, la cuenta de resultados y el estado de tesorería– para los tres primeros años de actividad en función de la información suministrada y elaborada.

C4: Determinar la viabilidad económico-financiera de diferentes pequeños negocios o microempresas distinguiendo los parámetros más habituales para la detección de desequilibrios financieros.

CE4.1 Relacionar los diferentes equilibrios patrimoniales, explicando sus efectos sobre la solvencia y estabilidad en los pequeños negocios.

CE4.2 Establecer el significado e implicaciones de punto muerto o umbral de rentabilidad obteniendo de manera razonada la fórmula para su cálculo a partir de la clasificación de los costes en fijos y variables.

CE4.3 Identificar las variables afectadas para el cálculo de los principales ratios financieros, económicos y de rotación utilizando aplicaciones ofimáticas específicas u hojas de cálculo, justificando su utilidad en el estudio de viabilidad de estados contables.

CE4.4 Definir procedimientos de actuación a seguir ante la detección de desviaciones como consecuencia del cálculo de ratios económico-financieros identificando los mecanismos más adecuados para corregir los desequilibrios más comunes e importantes.

CE4.5 Explicar el método de cálculo de la rentabilidad de proyectos de inversión –VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno)– utilizando hojas de cálculo u otras aplicaciones ofimáticas específicas.

CE4.6 En un supuesto práctico en el que se proporcione información debidamente caracterizada sobre los estados financieros de un pequeño negocio en un ejercicio concreto:

- Calcular el punto muerto o umbral de rentabilidad a partir de la clasificación de los costes en fijos y variables.
- Calcular los ratios más significativos –coeficiente básico de financiación, garantía, solvencia, realizable y liquidez o tesorería rentabilidad financiera, rentabilidad económica, rentabilidad comercial, margen bruto y margen operativo– seleccionando las variables adecuadas para cada uno.
- Determinar la viabilidad económico-financiera del pequeño negocio interpretando los datos cuantificados.
- Proponer la solución más idónea en función del estudio realizado y de la previsión de pagos y cobros futura.

## Contenidos

### 1. Constitución jurídica del pequeño negocio o microempresa.

- Clasificación de las empresas.
  - Por su finalidad.
  - Por su actividad.
  - Por su tamaño.
  - Por su ámbito territorial.
  - Por la naturaleza de su capital.
- Tipos de sociedades mercantiles más comunes en pequeños negocios o microempresas.
  - Empresario individual.
  - Sociedades mercantiles.
- La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.
  - Sociedad Unipersonal.
  - Sociedad Anónima.
  - Sociedad de Responsabilidad Limitada.
  - Sociedad Laboral.
  - Sociedad Colectiva.
  - Sociedad Comanditaria.
  - Sociedades Cooperativas.
- La elección de la forma jurídica de la microempresa.
  - Ventajas e inconvenientes de cada forma.

### 2. Planificación y organización de los recursos en pequeños negocios o microempresas.

- Componentes básicos de una pequeña empresa.
  - Recursos materiales: instalaciones, materias primas, otros.
  - Recursos humanos: perfiles profesionales.
- Sistemas: planificación, organización, información y control.
- Recursos económicos propios o ajenos.
- Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
  - Identificación de procesos estratégicos, clave y de soporte.
  - Construcción del mapa de procesos.

- Asignación de procesos clave a sus responsables.
- Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos.
- La automatización y sistematización de procesos.
- La utilización de recursos propios frente a la externalización de procesos y servicios.
- Relación coste /eficiencia de la externalización de procesos.
- La estructura organizativa de la empresa.
  - La división funcional.
  - Diferencia entre funciones, responsabilidades y tareas.
  - El organigrama como estructura gráfica de la empresa.
- Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.
  - De mercado.
  - Geográficas.
  - Demográficas.
  - Dotaciones y servicios.
  - En función de las subvenciones y ayudas.
  - Otras.
- Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
  - Ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de adquisición de tecnología y sistemas.
  - Factores a tener en cuenta en la selección del proveedor.
- Control de gestión del pequeño negocio o microempresa.
- Identificación de áreas críticas.
  - El Cuadro de Mandos Integral –CMI (Balanced Scorecard– BSC, de Kaplan y Norton).
  - Indicadores básicos de control en pequeños negocios o microempresas.
  - La implementación de medidas de ajuste.

### **3. Planificación económico-financiera previsional de la actividad económica en pequeños negocios o microempresas.**

- Características y funciones de los presupuestos:
  - De inversiones.
  - Operativo.
  - De ventas.
  - De compras y aprovisionamiento.
- El presupuesto financiero:
  - Principales fuentes de financiación.
  - Criterios de selección.
- Estructura, y modelos de los estados financieros previsionales:
  - Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales.
- Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales:
  - Activo.
  - Pasivo.
  - Patrimonio neto.
  - Circulante.
  - Inmovilizado.
- Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales:
  - Balance.
  - Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
  - Tesorería.
  - Patrimonio Neto.
- Memoria.



#### 4. Rentabilidad y viabilidad del negocio o microempresa

- Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa.
  - Equilibrio total.
  - Equilibrio normal o estabilidad financiera.
  - Situación de insolvencia temporal.
  - Situación de insolvencia definitiva.
  - Punto de equilibrio financiero.
- Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes.
  - Cálculo e interpretación de ratios.
  - Las desviaciones y mecanismos de corrección de desequilibrios económico-financieros.
- Rentabilidad de proyectos de inversión.
  - El Valor Actual Neto (V.A.N.).
  - Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.).
  - Interpretación y cálculo.
- Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero.
  - La hoja de cálculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales.

### UNIDAD FORMATIVA 3

**Denominación:** MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

**Código:** UF1820

**Duración:** 40 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP6, en lo relativo a estrategia para posicionamiento en el mercado y presentación de la empresa a terceros.

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Desarrollar el plan de marketing de diferentes tipos de pequeños negocios o microempresas identificando las variables del marketing-mix, en función de la naturaleza y características de distintas actividades.

CE1.1 Explicar el concepto de marketing y sus principios básicos distinguiendo las variables del marketing-mix y su aplicación al plan de marketing.

CE1.2 Definir los elementos de soporte y de difusión de la identidad o imagen corporativa en un pequeño negocio a partir de las características de los productos o servicios y del segmento de mercado.

CE1.3 Explicar los conceptos de producto, cartera de productos, líneas y gamas, así como el de ciclo de vida del producto diferenciando las fases que lo componen.

CE1.4 Identificar las estrategias a seguir para la fijación de precios determinando los límites existentes para su establecimiento –coste, precios de la competencia, perfil de la clientela, otros–.

CE1.5 Diferenciar los elementos de las acciones de comunicación más habituales para distintos tipos de pequeños negocios –campañas publicitarias, promocionales y relaciones públicas– distinguiendo las principales ventajas y desventajas de cada uno de ellos en función del tipo de producto/servicio.

CE1.6 Diferenciar los canales de distribución potenciales para diferentes tipos de pequeños negocios, identificando los criterios para su selección y las principales ventajas y desventajas que los mismos presentan con carácter general.

CE1.7 Describir las principales estrategias de fidelización de clientes en función de su perfil, situación y canales de comercialización.

CE1.8 Ante un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se facilita información actualizada sobre varios estudios de mercado realizados en distintos pequeños negocios:

- Determinar las características del producto/servicio del supuesto indicando en qué momento del ciclo de vida se encuentra.
- Diferenciar los puntos fuertes y débiles del producto a ofrecer respecto a la competencia –calidad, diseño, garantía, otros– describiendo la ventaja competitiva de los productos de la competencia respecto a los del pequeño negocio.
- Localizar los canales de distribución disponibles utilizando herramientas disponibles –Internet, páginas amarillas–.
- Identificar las acciones de comunicación más acordes con la situación del pequeño negocio en función de la información del supuesto y las características del producto analizadas.
- Determinar la política de precios a adoptar en función de la información suministrada sobre las nuevas necesidades del cliente, las características del producto, la competencia y otros.
- Proponer la estrategia de actuación en cuanto a producto, precio, comunicación y distribución, en función del estudio comparativo realizado.

C2: Organizar la información elaborada en el desarrollo del plan de negocio presentando los datos de forma comprensible, coherente y convincente con el fin de realizar acciones para su comunicación ante terceros.

CE2.1 Definir los elementos críticos y la estructura de un plan de negocio diferenciando sus partes y distinguiendo las ventajas de su elaboración.

CE2.2 Explicar las normas básicas de redacción de un plan de negocio identificando las barreras habituales que dificultan la comprensión lectora.

CE2.3 Identificar los diferentes formatos que puede presentar el documento de un plan de negocio citando las normas de presentación de documentos.

CE2.4 Analizar las posibles acciones de presentación y divulgación que potencien el efecto de interés y aceptación de planes de negocio ante instituciones, entidades financieras, y otros organismos.

CE2.5 Definir las actuaciones a realizar para establecer una red de relaciones relevantes y significativas que ayuden a la puesta en marcha y desarrollo de pequeños negocios.

CE2.6 Definir el significado del empoderamiento argumentando su interés y beneficios para emprender y gestionar ideas de negocio.

CE2.7 Identificar las prestaciones, procedimientos y asistentes de una aplicación ofimática de presentaciones gráficas aplicada a planes de negocios, describiendo sus características.

CE2.8 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se aporta información sobre el estudio de viabilidad de una idea de negocio:

- Agrupar la información suministrada en función de las partes de que consta un plan de negocio.
- Seleccionar la información estableciendo el nivel de profundidad a alcanzar en función de su utilidad posterior.
- Ordenar y maquetar cada una de las partes del plan de negocio comprobando que cumple las normas de redacción y presentación de documentos.
- Realizar una exposición oral del plan de negocio utilizando aplicaciones ofimáticas de presentaciones gráficas.

## Contenidos

### 1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas.

- Planificación de marketing:
  - Fundamentos de marketing.
  - Variables del marketing-mix.
- Determinación de la cartera de productos:
  - Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsibles.
  - Atributos comerciales.
  - Técnicas de producción.
  - Ciclo de la vida del producto.
- Gestión estratégica de precios:
  - Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
  - Estrategias y métodos para la fijación de precios.
- Canales de comercialización.
  - Acceso al canal y la red de venta.
  - Comercialización online.
- Comunicación e imagen de negocio:
  - Público objetivo y diferenciación del producto.
  - Entorno competitivo y misión de la empresa.
  - Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
  - Coordinación y control de la campaña publicitaria.
  - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
  - Elección del tipo de soporte.
- Estrategias de fidelización y gestión de clientes.
  - Los clientes y su satisfacción.
  - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
  - Medición del grado de satisfacción del cliente.
  - El perfil del cliente satisfecho.

### 2. Plan de negocio de la microempresa

- Finalidad del Plan de Negocio:
  - Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
  - Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.
  - Identificación de barreras de entrada y salida.
- Previsión y planificación económica:
  - Definición de una estrategia viable.
- La búsqueda de financiación:
  - Materialización de la idea del negocio en una realidad.
- Presentación del plan de negocio y sus fases.
  - Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
  - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
  - Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
  - Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
  - Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.
- Instrumentos de edición y presentación de la información.
  - Aspectos formales del documento
  - Elección del tipo de soporte de la información.

- Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.
  - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
  - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.

### Orientaciones metodológicas

Para acceder a la unidad formativa 2 debe haberse superado la unidad formativa 1. Para el acceso a la unidad formativa 3 deberá acreditarse haber superado la unidad formativa 2.

### Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

### MÓDULO FORMATIVO 2

**Denominación:** DIRECCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

**Código:** MF1789\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1789\_3: Dirigir y controlar la actividad empresarial diaria y los recursos de pequeños negocios o microempresas

**Duración:** 90 horas

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de organización y control de la actividad diaria del pequeño negocio o microempresa, programando acciones y asignando recursos, en función de la naturaleza del negocio: producción o prestación de servicios.

CE1.1 Determinar las variables a tener en cuenta en la programación de las actividades diarias del pequeño negocio, argumentando su importancia para la optimización de los procesos.

CE1.2 Describir las técnicas de asignación óptima de recursos –humanos y materiales– a los procesos de pequeños negocios en función de su naturaleza.

CE1.3 Analizar los indicadores de control habituales en la actividad de pequeños negocios, describiendo la forma de realizar su seguimiento periódico.

CE1.4 Analizar las incidencias, desviaciones e ineficiencias habituales en pequeños negocios derivadas del control periódico de la actividad, en función de la naturaleza del negocio, utilizando herramientas o técnicas sencillas tales como el cuadro de mandos integral.

CE1.5 Explicar la importancia, las técnicas y estrategias habituales empleadas en pequeños negocios para la identificación y actuaciones de mejora continua de la actividad, de acuerdo con los principales factores de influencia y en función de su propia supervivencia.