

PROGRAMA DE APOYO AL PEQUEÑO COMERCIO

NOVIEMBRE 2009 – FEBRERO 2010

1.- INTRODUCCIÓN

El crecimiento, el empleo y la competitividad 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.

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 los retos que la actual situación de los mercados impone, y desenvolverse con la competitividad adecuada.

Con el objetivo de facilitar la adaptación de los profesionales del sector comercial a las nuevas exigencias laborales y desarrollar redes y cooperación entre productores, proveedores y clientes, la Cámara de Comercio, a través de la Fundación INCYDE y en colaboración con el Ayuntamiento de Soria, ha promovido la realización de un Programa de Apoyo al Pequeño Comercio, 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 estratégico que permita mejorar las capacidades de las empresas participantes, así como evaluar otras alternativas de expansión y consolidación.

En él **han participado 21 establecimientos** a los que se les ha elaborado un plan de mejora de su negocio y a través del que **se prevé la creación de 49 puestos de trabajo.**

2.- DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

Nº de participantes: 21 (todos en plan de mejora)

Perfil del participante:

- © Edad media: 43 años
- © Con estudios universitarios: 47%
- © Mujeres: 76%
- © Situación laboral: 62% trabajan por cuenta propia

Sectores de actividad de los proyectos:

Todos los planes de mejora corresponden con el sector comercio.

Facturación prevista en los Planes de Mejora:

La facturación media que se estima alcanzar es de 12.778 €. El grupo más numeroso es el de los participantes con facturación inferior a 100.000 € (75%)

Previsión de creación de puestos de trabajo:

Está prevista la creación de 49 puestos de trabajo.

Inicio de actividades de las empresas:

Todos los planes de mejora están adscritos a una empresa existente, o sea que todos los comercios estaban en marcha durante el transcurso del programa.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

3.1.- OBJETIVO

A través del desarrollo del Programa se han conseguido 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.

3.2.- METODOLOGIA

El Programa se ha desarrollado a través de semanas de trabajo de campo tutelado y otras de consultoría de proyectos (reuniones individualizadas de trabajo, entre profesores y participantes de los proyectos con su equipo en su caso).

Una vez concluidos estos aspectos se hizo una presentación previa individual, y posteriormente la presentación final del Proyecto de desarrollo de la empresa.

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

3.3.- CONTENIDO

En el programa se proporcionaron 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 de productos.
- 4.- Política de precios.
- 5.- Promociones.
- 6.- Escaparatismo.

© **Gestión de Stocks**

- 1.- Líneas 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.

3.4.- DURACIÓN

La **duración** del programa ha sido de 320 horas entre tutorías y clases teóricas.

Comienzo: 2 de noviembre de 2009.

Finalización: 5 de febrero de 2010.

3.5.- FINANCIACIÓN

El Programa se ha **cofinanciado** por:

- © Fondo Social Europeo a través de la Fundación Incyde.
- © Cámara Oficial de Comercio e Industria de Soria.
- © Excmo. Ayuntamiento de Soria.