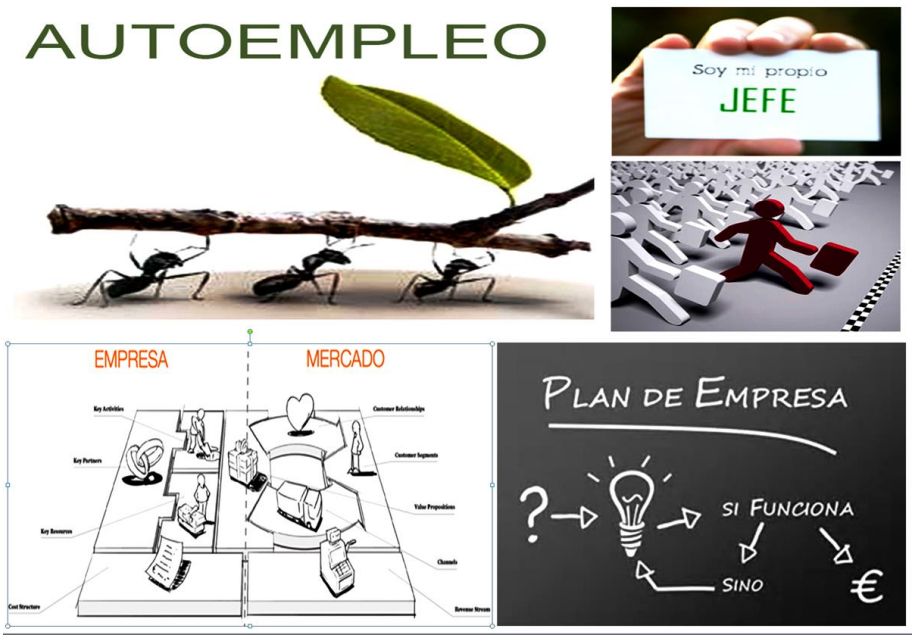
Autoempleo. Plan de Empresa desarrollado

JUSTIFICACIÓN

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.



OBJETIVOS

El objetivo principal del curso va dirigido a que el emprendedor vea cómo se desarrolla un PLAN DE EMPRESA para planificar, evaluar y controlar todos los aspectos más importantes del negocio, desde la idea inicial, hasta la puesta en marcha de la empresa.

CONTENIDOS

1. EL AUTOEMPLEO

2. LEAN CANVAS

3. LOS 9 BLOQUES LEAN CANVAS. CONCEPTOS

4. PLAN DE EMPRESA. INTRODUCCIÓN

5. PLANTEAMIENTOS PREVIOS

6. ESTUDIO DEL MERCADO

7. PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

8. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

9. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

10. PLAN RECURSOS HUMANOS

11. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES

12. FISCALIDAD

13. TECNOLOGÍA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

14. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

15. CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y PRL

16. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

17. FINANCIACIÓN DE LAS START UP

18. GUÍA DEL EMPRENDEDOR

19. DATOS PARA EL ESTUDIO DE PREVIABILIDAD

20. METODOLOGÍA START UP VS NEGOCIO TRADICIONAL

21. SÍNTESIS DEL EMPRENDIMIENTO CON ÉXITO

22. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

Anexos Generales

- Autónomos (86+ anexos)
- Franquicias y traspasos (9+ anexos)
- Nuevo Negocio (41+ anexos)
- PYMES (38+ anexos)
- Start Up (23+ anexos)

Anexos en vídeo

- (15 vídeos)

70 horas / 5 semanas	**Nivel de profundidad: Intermedio***	**Modalidad:** *e-learning*	**Ampliar información:** web: www.ingenierosformacion.com e-mail: secretaria@ingenierosformacion.com Tlf: 985 73 28 91

* Partiendo de la base de que los cursos están dirigidos a un perfil mínimo de Ingeniero

Presentación

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.

Emprender un negocio a partir de una idea siempre ha sido una forma de crear empresas, crear autoempleo, emplear a otros y generar bienestar económico para la sociedad.

Todos somos emprendedores en potencia. Todos emprendemos actividades a partir de una idea, propia (emprendedor propiamente dicho) o para otros, para empresarios si somos asalariados. Pero no todos VALEMOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO y mucho menos sin prepararse para ello.

Sí que TODOS VALEMOS PARA FORMARNOS EN ELLO y tomar una decisión con conocimiento de causa y con los mínimos errores de partida.

Endeudarse, perder patrimonio y terminar debiendo dinero a familiares, amigos, conocidos y a entidades financieras, con la carga añadida de un sentimiento de fracaso, se hace difícil de llevar, de superarlo, y por tanto hay que evitarlo a toda costa.

Hoy en día la burbuja emprendedora empieza a avisar, siendo la mortalidad empresarial superior a las nuevas START UP creadas. Una de las causas que lo motiva es la falta de preparación del emprendedor.

Modalidad

Modalidad e-learning.

El curso se impartirá integralmente vía Internet en la Plataforma de Formación (https://www.ingenierosformacion.com).

Carga lectiva

70 horas

Duración

5 semanas

Fechas

Apertura matrícula	Cierre matrícula	Comienzo curso	Fin de curso
30 de Octubre de 2025	26 de Noviembre de 2025	27 de Noviembre de 2025	28 de Diciembre de 2025

Precio

Reseña del cálculo de precios

Precio base: 280€.

A este precio base se le podrán aplicar los siguientes descuentos y/o el incremento por Formación Bonificada (ver más abajo en el apartado "Formación Bonificada"):

Descuentos exclusivos para **Colegiados**

Descuento	Descripción
Colegiados y Precolegiados: descuento de 140€	Este descuento del 50% se aplica a todos los Colegiados y precolegiados en cualquiera de los colegios pertenecientes a una entidad adherida y miembros de AERRAAITI, **siempre que contraten el curso a título individual**.
Programa de Becas para Colegiados: descuento de 210€	Todos aquellos Colegiados de Colegios de graduados en ingeniería rama industrial e ingenieros técnicos industriales **que estén adheridos a la plataforma** o miembros de AERRAAITI, podrán acogerse al mismo si cumplen las condiciones del programa de becas, teniendo **un 25% de descuento adicional** acumulado con el descuento para Colegiados, **totalizando un 75% de descuento**. Los cursos de Inglés y Alemán, "Mediación para Ingenieros" y "El Sistema Judicial en España" no entran dentro del Programa de Becas. Asimismo, las becas son incompatibles con las promociones especiales.
Acreditación DPC: descuento de 7€	Aquellos **colegiados que dispongan de la acreditación DPC en vigor** de cualquier nivel, se les aplicará un 5% adicional de descuento sobre el coste de la matrícula del curso. NOTA: Este descuento no es acumulable con el descuento del Programa de Becas.

Descuentos para empresas

Aquellas empresas que deseen beneficiarse de descuentos para los cursos de sus trabajadores podrán firmar **sin coste alguno** el convenio de colaboración con COGITI. Dicho convenio proporciona un **descuento de 70€ (25% sobre el precio base)** para alumnos de la empresa que no sean Colegiados, y **de 140€ (50% sobre el precio base) para los alumnos que sean Colegiados**.

Estos descuentos son exclusivos para empleados de empresas y no son compatibles con los descuentos descritos en los apartados anteriores.

Las empresas de la Asociación Tecniberia disfrutan de forma implícita de este convenio.

Formación Bonificada

Si se quisiera realizar el curso usando los créditos que todas las empresas disponen para formación y que gestiona la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (antigua Tripartita) a los precios resultantes de los apartados anteriores **se les aplicará un incremento de 70€ independientemente de la entidad a la que se le encomiende la gestión para la bonificación de cara a la Aplicación Informática de la FUNDAE**, por las exigencias técnicas y administrativas que exige la formación bonificada (Formación programada por las empresas) y la responsabilidad que tienen las empresas organizadoras e impartidoras, emanada de la ley 30/2015, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

Mínimo de alumnos

Para que la acción formativa pueda llevarse a cabo se necesitará un número mínimo de **4** alumnos.

La matrícula se cerrará cuando se hayan alcanzado un número de **50** alumnos.

Nivel de profundidad

Nivel de profundidad 2

(Partiendo de la base de que todos los cursos están dirigidos a un perfil mínimo de Ingeniero, se valorará el curso que presenta con niveles de 1 a 3 de forma que el 1 significará que el curso es de carácter básico, 2 el curso es de carácter medio y 3 el curso es de carácter avanzado.)

Perfil de Destinatarios

No es necesario tener ninguna formación específica para acceder al curso, pero las acciones formativas que componen nuestra plataforma están orientadas a la formación continua de los Ingenieros Técnicos Industriales o Graduados en Ingeniería Rama Industrial o en general cualquier ingeniero por lo que es recomendable poseer cualquiera de estas titulaciones para completar con éxito el curso.

Perfil de destinatarios: Técnicos, profesionales, estudiantes y cualquier otra persona en edad laboral, que quiera tener conocimientos sobre emprendimiento, planes de empresa y / o que esté pensando en auto emplearse creando un negocio o empresa.

Requisitos Previos Necesarios: Sin requisitos técnicos previos requeridos. Sí con un nivel básico de formación general.

Requisitos Previos Recomendables: Espíritu y mente emprendedora, que quiera formarse antes de emprender una idea de negocio.

Un paso tan importante en nuestra vida, quizás uno de los más importantes en nuestra vida laboral, debe iniciarse y hacerse con conocimiento generalizado de todas las facetas y áreas de una empresa.

Al mundo del emprendimiento está llegando gente que no debería, o que no debería hacerlo sin antes estar preparado, sin tener conocimientos de lo que representa montar una empresa.

¿A quién va dirigido?

- A técnicos y estudiantes en general, que quieran conocer las bases de lo que es un plan de empresa y de lo que representa el autoempleo.
- A técnicos y emprendedores potenciales en particular, que teniendo una idea requieran desarrollarla con conocimientos para obtener las máximas garantías de éxito en la ejecución de su empresa.

Justificación

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.

Emprender un negocio a partir de una idea siempre ha sido una forma de crear empresas, crear autoempleo, emplear a otros y generar bienestar económico para la sociedad.

Todos somos emprendedores en potencia. Todos emprendemos actividades a partir de una idea, propia (emprendedor propiamente dicho) o para otros, para empresarios si somos asalariados. Pero no todos VALEMOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO y mucho menos sin prepararse para ello.

Sí que TODOS VALEMOS PARA FORMARNOS EN ELLO y tomar una decisión con conocimiento de causa y con los mínimos errores de partida.

Endeudarse, perder patrimonio y terminar debiendo dinero a familiares, amigos, conocidos y a entidades financieras, con la carga añadida de un sentimiento de fracaso, se hace difícil de llevar, de superarlo, y por tanto hay que evitarlo a toda costa.

Hoy en día la burbuja emprendedora empieza a avisar, siendo la mortalidad empresarial superior a las nuevas START UP creadas. Una de las causas que lo motiva es la falta de preparación del emprendedor.

Objetivos

El objetivo principal del curso va dirigido a que el emprendedor vea cómo se desarrolla un PLAN DE EMPRESA para planificar, evaluar y controlar todos los aspectos más importantes del negocio, desde la idea inicial, hasta la puesta en marcha de la empresa.

Otros objetivos son:

- Dar una visión general a lo que representa el autoempleo, con sus ventajas y desventajas
- Dar a conocer los planteamientos previos antes de montar el negocio: inversiones, localización, factores claves de éxito y de fracaso, y errores de partida inicial
- Ayudar al emprendedor a realizar un plan de marketing y comercialización analizando el mercado de sus productos o servicios, a pensar en sus precios de venta incluyendo los factores que van a incidir en ellos, en los canales de distribución, estrategias de promociones, y otros elementos que marcaran su plan de ventas.
- A realizar un plan económico financiero ajustado a su plan de producción y de operaciones
- A recordar que tanto la nuevas tecnologías, como el I + D + i deben estar presentes en su nueva empresa, así como pensar desde un inicio que deberá tener presente la calidad, el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales en su empresa.
- A cómo debe presentar su proyecto de negocio o su empresa a su entono.
- Y en resumen planificar su negocio con una base documental, EL PLAN DE EMPRESA, llamado en ocasiones PLAN DE NEGOCIO, que planifique todos los aspectos de su futura empresa

Docente

José Antonio Viudez Carricondo:

Ingeniero técnico industrial, especialidad electrónica industrial.
Máster MBA en Dirección y Administración de Empresas.
Máster en Sistemas de Gestión Integral de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad Laboral.
Técnico nivel superior en Prevención de Riesgos Laborales. Especialidad Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial y Ergonomía y Psicosociología Aplicada.
Socio de SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica)

Docente presencial y on line. Ha tutorizado más de 1500 horas de formación en la plataforma e-learning de COGITI.

Contenido

1. EL AUTOEMPLEO

- 1.1. UNA BUENA OPCIÓN PARA DESARROLLARSE PROFESIONALMENTE
- 1.2. VENTAJAS DEL AUTOEMPLEO
- 1.3. DESVENTAJAS DEL AUTOEMPLEO

2. LEAN CANVAS

- 2.1. CANVAS. LIENZO DE NEGOCIO
- 2.2. LA METODOLOGÍA LEAN START UP
- 2.3. DIFERENCIAS ENTRE EL BUSINESS Y EL LEAN CANVAS
  - 2.3.1. DIFERENCIAS CONCEPTUALES
  - 2.3.2. DIFERENCIAS EN LOS GRUPOS DE BLOQUES
  - 2.3.3. DIFERENCIAS EN LOS BLOQUES
  - 2.3.4. DIFERENCIAS EN EL ORDEN A RELLENAR
- 2.4. ¿CÓMO SE USA EL LEAN CANVAS?
- 2.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LEAN CANVAS
  - 2.5.1. VENTAJAS
  - 2.5.2. DESVENTAJAS
- 2.6. CONCLUSIÓN
- 2.7. TABLERO LEAN CANVAS
- 2.8. EJEMPLO

3. LOS 9 BLOQUES LEAN CANVAS. CONCEPTOS

- 3.1. PROBLEMAS Y NECESIDADES
  - 3.1.1. ¿De verdad los clientes no saben lo que quieren?
  - 3.1.2. Entonces… ¿cómo podemos comprender realmente al cliente?
  - 3.1.3. Preguntas clave
- 3.2. SEGMENTOS DEL MERCADO. TARGET Y EARLY ADAPTERS
  - 3.2.1. Preguntas clave
- 3.3. ÚNICA PROPUESTA DE VALOR.
- 3.4. SOLUCIONES
- 3.5. VENTAJAS ESPECIALES Y DIFERENCIALES.
- 3.6. FUENTES DE INGRESO.
  - 3.6.1. La recurrencia
  - 3.6.2. ¿Qué opciones hay para crear un modelo de negocios recurrente?
  - 3.6.3. ¿Cómo vas a ganar dinero en tu Start-up? ¿Cuál es tu modelo de margen y recurrencia?
  - 3.6.4. ¿Modelos de negocio de volumen o de margen?
  - 3.6.5. Implicaciones del margen en tu modelo
  - 3.6.6. La recurrencia, el factor clave
  - 3.6.7. CONCLUSIONES
- 3.7. ESTRUCTURA DE COSTOS
- 3.8. MÉTRICAS
- 3.9. CANALES
  - 3.9.1. CANAL WEB
  - 3.9.2. CANAL FÍSICO

4. PLAN DE EMPRESA. INTRODUCCIÓN

- 4.1. HERRAMIENTA IMPRESCINDIBLE PARA EL ÉXITO DE TU EMPRESA
- 4.2. ¿QUÉ ES UN PLAN DE EMPRESA?
- 4.3. EL PLAN DE EMPRESA ANTES DE INVERTIR

5. PLANTEAMIENTOS PREVIOS

- 5.1. INTRODUCCIÓN
- 5.2. LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA
  - 5.2.1. Un factor decisivo para el éxito de tu negocio
  - 5.2.2. Localización en una población
  - 5.2.3. Elección del barrio o zona
  - 5.2.4. La ubicación más adecuada
- 5.3. FACTORES CLAVES DE ÉXITO Y RIESGOS DE FRACASO

    - 5.3.1. Analízalo todo antes de crear tu empresa
    - 5.3.2. Factores Claves del Entorno
    - 5.3.3. Factores Claves de Éxito del Sector
- 5.4. FACTORES DE ÉXITO Y FRACASOS PERSONALES

6. ESTUDIO DEL MERCADO

- 6.1. INTRODUCCIÓN
- 6.2. ¿REALMENTE NECESITO UN ESTUDIO DE MERCADO?
    - 6.2.1. Investiga con fundamento
    - 6.2.2. Define una meta
    - 6.2.3. ¿Qué tipo de investigación?
    - 6.2.4. Fuentes de información
- 6.3. DONDE BUSCAR LA INFORMACIÓN
- 6.4. ESTUDIO DEL MERCADO
    - 6.4.1. Segmentos de Mercado de la Empresa. Perfil del Consumidor
- 6.5. PÚBLICO OBJETIVO
    - 6.5.1. Necesidades del Cliente
    - 6.5.2. Tipos de Consumidores
    - 6.5.3. Motivaciones de Compra del Cliente
    - 6.5.4. Proceso de Compra del Cliente
    - 6.5.5. Comportamiento y Conducta del Cliente en la Compra
    - 6.5.6. Atributos en la Compra
- 6.6. EL CLIENTE ACTUAL Y EL DEL FUTURO
    - 6.6.1. Empatía e innovación
- 6.7. DEMANDA POTENCIAL Y TENDENCIAS
    - 6.7.1. Demanda Potencial
    - 6.7.2. Tendencias de la Demanda
    - 6.7.3. Estacionalidad de la Demanda
- 6.8. CADA HERRAMIENTA SIRVE PARA UN OBJETIVO
- 6.9. ¿QUIÉN ES MI PÚBLICO?
- 6.10. TU PROPIA INVESTIGACIÓN ANTES DE EMPRENDER
    - 6.10.1. Analiza al consumidor
- 6.11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
    - 6.11.1. Competencia Directa
    - 6.11.2. Competencia Indirecta y Productos Sustitutivos
    - 6.11.3. Competencia Potencial y Barreras de Entrada
- 6.12. QUÉ DEBES TESTAR PARA SABER SI TE LANZAS...
    - 6.12.1. Grado de relevancia
    - 6.12.2. Grado de innovación
    - 6.12.3. Oportunidad por precio
    - 6.12.4. ¿Cómo investigar el precio?
    - 6.12.5. ¿Qué puedes investigar?
- 6.13. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES
    - 6.13.1. Introducción
    - 6.13.2. Identificar y Clasificación de los Proveedores
    - 6.13.3. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
    - 6.13.4. Política de Compras
    - 6.13.5. Almacenes de Materias Primas
    - 6.13.6. Plazo de Pago a Proveedores
- 6.14. PREPARA BIEN EL TRABAJO DE CAMPO
    - 6.14.1. Llegar a nuevos clientes
    - 6.14.2. Aumentar las ventas
- 6.15. DEFINE TUS VARIABLES DE SEGMENTACIÓN
- 6.16. CUÁNTAS ENCUESTAS NECESITAS
- 6.17. ESCOGE BIEN LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN
    - 6.17.1. Encuestas
    - 6.17.2. ¿Cómo llego a mi potencial cliente?
    - 6.17.3. Estudios ómnibus
    - 6.17.4. Investigaciones en redes sociales
    - 6.17.5. Reuniones de grupo
    - 6.17.6. Observación directa
    - 6.17.7. Entrevista a un experto
- 6.18. DISEÑA BIEN TU FORMULARIO
    - 6.18.1. Tu objetivo
    - 6.18.2. Las formas
    - 6.18.3. Preguntas clave
    - 6.18.4. Extensión
- 6.19. PANELES DE COMPRA Y CONSUMO
- 6.20. MISTERY SHOPPING
- 6.21. NECESITO APOYO DE PROFESIONALES
    - 6.21.1. Otra idea
    - 6.21.2. Herramientas gratuitas
    - 6.21.3. Empresas de investigación
- 6.22. ANÁLISIS DAFO
    - 6.22.1. Oportunidades del Sector
    - 6.22.2. Amenazas del Sector
    - 6.22.3. Puntos Fuertes de la Empresa
    - 6.22.4. Puntos Débiles de la Empresa
- 6.23. ESTRATEGIAS
- 6.24. CAME
- 6.25. TENDENCIAS
- 6.26. LEAN CANVAS

7. PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

- 7.1. INTRODUCCIÓN
- 7.2. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIO
    - 7.2.1. Comparación del Producto/Servicio con la Oferta Existente

- 7.2.2. Garantía y Asistencia Técnica
- 7.2.3. Ventaja Competitiva
- 7.2.4. Tecnología: Patentes y Marcas
- 7.2.5. Productos y Servicios Futuros
- 7.3. POLÍTICA DE PRECIOS
  - 7.3.1. Criterios de Fijación de Precios
  - 7.3.2. Estrategias de Fijación de Precios
  - 7.3.3. Plazo de Cobro a Clientes
- 7.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
  - 7.4.1. Clasificación:
  - 7.4.2. Listado de Distribuidores
  - 7.4.3. Política de Distribución
  - 7.4.4. Red de Ventas: Política de Motivación e Incentivos para los Comerciales
  - 7.4.5. Servicio a los clientes: Sistemas de evaluación de los canales de distribución
  - 7.4.6. Medios de almacenamiento y transporte
  - 7.4.7. Comercio Exterior
- 7.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN
  - 7.5.1. Imagen corporativa. Marca Corporativa.
  - 7.5.2. Mensaje o Eslogan de la Empresa
  - 7.5.3. Marcas de Productos o Servicios
  - 7.5.4. Rótulos del Establecimiento
  - 7.5.5. Estrategia de Comunicación
  - 7.5.6. Canales de Comunicación
  - 7.5.7. Acciones de Promoción
- 7.6. PLAN DE VENTAS
  - 7.6.1. Objetivos de Mercado
  - 7.6.2. Política de la Fuerza de Venta (Comerciales)
  - 7.6.3. Técnicas de Merchandising
  - 7.6.4. Escaparatismo
- 7.7. MARKETING DIGITAL. ERRORES
  - 7.7.1. Introducción
  - 7.7.2. Errores a evitar
- 7.8. TENDENCIAS Y FUTURO DEL ECOMMERCE
  - 7.8.1. VELOCIDAD
  - 7.8.2. SOBRE LA MARCHA
  - 7.8.3. UN SOLO MARKETPLACE
  - 7.8.4. DEEP LEARNING
  - 7.8.5. REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA
- 7.9. CRECIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN

8. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

- 8.1. INTRODUCCIÓN
- 8.2. INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES
  - 8.2.1. Instalaciones Físicas (Ubicación, Tamaño, Distribución, Venta /Alquiler)
  - 8.2.2. Ubicación
    - 8.2.2.1. Tamaño
    - 8.2.2.2. Distribución
    - 8.2.2.3. Compra/Alquiler
    - 8.2.2.4. Características del Local
  - 8.2.3. Equipamiento (Maquinaria, Transporte, Mobiliario, etc.)
    - 8.2.3.1. Tecnología (Hardware, Software, Otras Tecnologías Clave)
    - 8.2.3.2. Necesidades de Mantenimiento
  - 8.2.4. PROCESO DE FABRICACIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO
    - 8.2.4.1. Estrategia de Producción y Operaciones
    - 8.2.4.2. Descripción del Proceso
    - 8.2.4.3. Planificación de la Actividad: Programa de Producción
    - 8.2.4.4. Recursos Necesarios (Materias Primas/Auxiliares y Energía)
    - 8.2.4.5. Costes de Producción
    - 8.2.4.6. Control de Calidad
    - 8.2.4.7. Medidas de Seguridad / Prevención de Riesgos Laborales
    - 8.2.4.8. Factores Medioambientales
- 8.3. APROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA
  - 8.3.1. La Política de Compras
  - 8.3.2. Parámetros de Aprovisionamiento (Distancia, Coste, Plazo de Entrega)
  - 8.3.3. Programa de Compras y Aprovisionamientos
  - 8.3.4. Política de Gestión de Stocks

9. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 9.1. INTRODUCCIÓN
  - 9.1.1. Estudio de viabilidad
- 9.2. INVERSIÓN
- 9.3. FINANCIACIÓN
  - 9.3.1. Recursos Propios
    - 9.3.1.1. Financiación propia
  - 9.3.2. Recursos Ajenos
    - 9.3.2.1. Financiación ajena
- 9.4. PREVISIÓN DE INGRESOS
  - 9.4.1. Introducción
  - 9.4.2. Ventas de Producto o Servicios
  - 9.4.3. Estacionalidad de las Ventas
  - 9.4.4. Forma de Cobro a Clientes
  - 9.4.5. Ingresos Financieros
  - 9.4.6. Otros Ingresos
- 9.5. PREVISIÓN DE COMPRAS DE MERCADERÍAS / MATERIAS PRIMAS
  - 9.5.1. Compras
  - 9.5.2. Otras compras y aprovisionamientos necesarios para el desarrollo de la actividad
  - 9.5.3. Forma de Pago a Proveedores

- 9.6. PREVISIÓN DE GASTOS
  - 9.6.1. Gastos Generales
- 9.7. CUENTA DE RESULTADOS
  - 9.7.1. ¿Qué es?
  - 9.7.2. ¿Para qué sirve?
- 9.8. TESORERÍA
  - 9.8.1. ¿Qué es?
  - 9.8.2. ¿Para qué sirve?
- 9.9. BALANCE
  - 9.9.1. ¿Qué es?
  - 9.9.2. Elementos de activo
  - 9.9.3. ¿Para qué sirve?

10. PLAN RECURSOS HUMANOS

- 10.1. INTRODUCCIÓN
- 10.2. ORGANIGRAMA
  - 10.2.1. Áreas / Departamentos / Categorías profesionales
    - 10.2.1.1. Funciones, Tareas y Responsabilidades
    - 10.2.1.2. Nivel de Conocimientos Técnicos
    - 10.2.1.3. Importancia de las Actividades
    - 10.2.1.4. Dimensión y Estructura de la Plantilla
- 10.3. EQUIPO DIRECTIVO
  - 10.3.1. Habilidades Directivas
  - 10.3.2. Dirigir
  - 10.3.3. Toma de decisiones
  - 10.3.4. Gestión del tiempo
  - 10.3.5. Delegación
  - 10.3.6. Liderazgo
  - 10.3.7. Trabajo en equipo
  - 10.3.8. Reuniones productivas
  - 10.3.9. El aspecto humano de la empresa
    - 10.3.9.1. Interrelaciones y conflictos
    - 10.3.9.2. Motivación
    - 10.3.9.3. Comunicación
    - 10.3.9.4. Perfiles / Puestos Requeridos
- 10.4. EQUIPO HUMANO EFICAZ
  - 10.4.1. Un impulsor
  - 10.4.2. Un creativo
  - 10.4.3. Un observador
  - 10.4.4. Un profesional disciplinado
  - 10.4.5. Un cohesionador
  - 10.4.6. Un investigador
  - 10.4.7. Un perfeccionista
- 10.5. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN
- 10.6. POLÍTICAS DE RR.HH.
  - 10.6.1. Plan de Contratación
  - 10.6.2. Políticas de Selección
  - 10.6.3. Políticas de Motivación
  - 10.6.4. Políticas de Formación
  - 10.6.5. Plan de Externalización de Funciones
  - 10.6.6. La prevención de riesgos laborales

11. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES

- 11.1. INTRODUCCIÓN
- 11.2. LA ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA
- 11.3. LAS DISTINTAS FORMAS JURÍDICAS
- 11.4. SOCIEDAD RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.L.)
  - 11.4.1. Ventajas
  - 11.4.2. Inconvenientes
- 11.5. SOCIEDAD COOPERATIVA (S.C.C.L.)
  - 11.5.1. Ventajas
  - 11.5.2. Inconvenientes
- 11.6. PERSONA FÍSICA
  - 11.6.1. Ventajas
  - 11.6.2. Inconvenientes
- 11.7. SOCIEDAD CIVIL PRIVADA (S.C.P.)
  - 11.7.1. Ventajas
  - 11.7.2. Inconvenientes
- 11.8. LAS FORMAS JURÍDICAS. RESUMEN DE SUS CARACTERÍSTICAS
  - 11.8.1. PERSONA JURÍDICA
- 11.9. TRÁMITES
- 11.10. DATOS DE IDENTIFICACIÓN
- 11.11. CALENDARIO DE EJECUCIÓN
- 11.12. INVERSIONES Y GASTOS: HITOS
- 11.13. PLANIFICACIÓN DEL PUNTO CERO

12. FISCALIDAD

- 12.1. INTRODUCCIÓN
- 12.2. IMPUESTO SOBRE EL BENEFICIO
- 12.3. IRPF
  - 12.3.1. IRPF – Estimación Directa Normal
  - 12.3.2. IRPF - Estimación Directa Simplificada
  - 12.3.3. IRPF – Estimación Objetiva
- 12.4. IS - IMPUESTO DE SOCIEDADES
  - 12.4.1. Requisitos Impuesto de Sociedades
  - 12.4.2. Base y tipos
- 12.5. IVA - IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

- 12.5.1. Impuesto Valor Añadido (IVA.). Régimen General
- 12.5.2. Recargo Equivalencia. Características
- 12.6. RETENCIONES Y OPERACIONES CON TERCEROS
  - 12.6.1. IRPF - Retenciones e ingresos a cuenta sobre el rendimiento del trabajo y actividades económicas
  - 12.6.2. IRPF - Retenciones e ingresos a cuenta sobre el arrendamiento de bienes inmuebles
  - 12.6.3. 347 - Declaración anual de operaciones con terceros

13. TECNOLOGÍA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

- 13.1. INTRODUCCIÓN
- 13.2. MEDIOS
- 13.3. HARDWARE
- 13.4. SOFTWARE
- 13.5. PRONÓSTICOS PARA LAS TIC: LA ERA DE LA INTEGRACIÓN
- 13.6. CONSTRUYENDO LA ERA DE LA INTEGRACIÓN
  - 13.6.1. Bienvenidos a la Era de la Integración.
- 13.7. LA ERA DE LA INTERNET DE LAS COSAS
- 13.8. INMERSOS EN UN NUEVO MUNDO
- 13.9. PREPARÁNDONOS PARA EL FUTURO
- 13.10. COSTES PUBLICITARIOS EN INTERNET
- 13.11. CPA (Coste por Acción)
- 13.12. CPC (Coste por Click)
- 13.13. CPM (Coste por Mil Impresiones)

14. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

- 14.1. INTRODUCCIÓN
- 14.2. INNOVACIÓN
- 14.3. PROPIEDAD INDUSTRIAL
  - 14.3.1. Trámites

15. CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y PRL

- 15.1. INTRODUCCIÓN
- 15.2. CALIDAD
- 15.3. MEDIO AMBIENTE
- 15.4. LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- 15.5. CERTIFICADOS PARA CONQUISTAR CLIENTES
  - 15.5.1. Elegir el más adecuado
  - 15.5.2. Diseñar el plan
  - 15.5.3. Implantación
  - 15.5.4. Certificación
  - 15.5.5. Renovación
- 15.6. EJEMPLOS
  - 15.6.1. Triselecta
  - 15.6.2. S2 Grupo
- 15.7. ¿QUÉ VENTAJAS APORTA?
  - 15.7.1. Comerciales
  - 15.7.2. Imagen
  - 15.7.3. Producción

16. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

- 16.1. DATOS DE LOS PROMOTORES
- 16.2. DATOS DE LA EMPRESA
- 16.3. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA
  - 16.3.1. Descripción del Negocio
  - 16.3.2. Objetivos que se desean conseguir
  - 16.3.3. Descripción de la Actividad de la Empresa
  - 16.3.4. Líneas de Negocio/Productos/Servicios

17. FINANCIACIÓN DE LAS START UP

- 17.1. INTRODUCCIÓN
- 17.2. INTERÉS INTERNACIONAL

18. GUÍA DEL EMPRENDEDOR

- 18.1. ETAPA INICIAL. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS
- 18.2. PRIMERA ETAPA. ANÁLISIS DE PRE VIABILIDAD
- 18.3. SEGUNDA ETAPA. PLANIFICACIÓN
- 18.4. TERCERA ETAPA. TRATAMIENTO DE CORRECCIÓN Y MEJORAS
- 18.5. CUARTA ETAPA. VIABILIDAD DEL PROYECTO
- 18.6. ETAPA FINAL. MONTAR LA EMPRESA

19. DATOS PARA EL ESTUDIO DE PREVIABILIDAD

- 19.1. INTRODUCCIÓN
- 19.2. DATOS DE ESTUDIO DE PREVIABILIDAD
- 20.0.2. El método tradicional
- 20.0.3. El método Start Up

20. METODOLOGÍA START UP VS NEGOCIO TRADICIONAL

- 20.0.1. INTRODUCCIÓN
- 20.1. FUNDAMENTOS DE LA METODOLOGÍA START UP
- 20.2. PROCESO EMPRENDIMIENTO START UP
- 20.3. PROCESO EMPRESARIAL DE UNA START UP

21. SÍNTESIS DEL EMPRENDIMIENTO CON ÉXITO

- 21.1. PERFIL DEL EMPRENDEDOR

- 21.2. IDEA
- 21.3. HERRAMIENTAS DEL EMPRENDEDOR
- 21.4. ETAPAS DEL EMPRENDIMIENTO
- 21.5. HERRAMIENTAS DEL NEGOCIO
- 21.6. PRODUCTO EXITOSO
- 21.7. SERVICIO EXITOSO

22. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

- 22.1. INTRODUCCIÓN
- 22.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO. CONCEPTO Y ENFOQUE
  - 22.2.1. Pasos clave para encontrar tu segmento de mercado
  - 22.2.2. Preguntas para segmentar un mercado
  - 22.2.3. Segmentación del marketing digital
- 22.3. PLAN DE MÁRKETING
- 22.4. DESARROLLO. ETAPAS
- 22.5. POLÍTICA EMPRESARIAL
- 22.6. OBJETIVOS EMPRESARIALES
- 22.7. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
- 22.8. ANÁLISIS DEL ENTORNO. ANÁLISIS EXTERNO
  - 22.8.1. Macro entorno
  - 22.8.2. Micro entorno
- 22.9. ANÁLISIS INTERNO
- 22.10. ANÁLISIS DAFO
- 22.11. CAME. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS
- 22.12. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS DE PORTER
- 22.13. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS
  - 22.13.1. Matriz estratégica de Mckingsey
  - 22.13.2. Matriz Ansoff
  - 22.13.3. Matriz BCG

Desarrollo

El curso se desarrollará en el campus virtual de la plataforma de formación e-learning. (https://www.ingenierosformacion.com/campus/)

El día de inicio del curso los alumnos que hayan formalizado la prematrícula en la plataforma (www.ingenierosformacion.com) y hayan hecho efectivo el pago de la misma (bien por pasarela de pago, con tarjeta, directamente en el momento de la matriculación o bien por transferencia o ingreso bancario en el número de cuenta que se indica en la misma), podrán acceder al curso por medio de la plataforma, con las claves que utilizaron para registrarse como usuarios. Desde su perfil en “Mis Matrículas” podrán ver el enlace de acceso al curso.

Al ser la formación e-learning, los alumnos seguirán los distintos temas que se proponen en el curso al ritmo que ellos puedan, y en las horas que mejor se adapten a su horario.

NO se exigirá a los alumnos que estén las horas lectivas propuestas para el curso, aunque el número de horas lectivas indicado en cada curso es el recomendable para alcanzar los objetivos del curso y la adquisición de los conocimientos previstos, cada alumno va siguiendo a su ritmo los contenidos, de igual forma NO se cortará el acceso a la plataforma a aquellos alumnos que superen las horas propuestas para el curso. Sí se tendrá en cuenta que el alumno haya visto todos los contenidos o al menos la gran mayoría (más del 75 %) de los mismos durante el periodo que dura el curso, así como realizado con éxito las tareas o ejercicios, trabajos que se le vayan proponiendo durante el curso.

El alumno, además de ir estudiando los contenidos de los distintos temas, podrá participar en el foro del curso dejando sus dudas o sugerencias o intercambiando opiniones técnicas con otros alumnos, así como respondiendo aquellas que hayan dejado otros compañeros. Asimismo podrá hacer las consultas que estime oportunas al tutor del curso para que se las responda a través de la herramienta de mensajería que posee la plataforma y preferentemente en el mismo foro. Recomendamos encarecidamente el uso del foro por parte de todos los alumnos.

Para la obtención del certificado de aprovechamiento del curso el alumno tendrá que superar los objetivos mínimos marcados por el docente (superación de cuestionarios de evaluación, casos prácticos, participación, etc…).

De igual forma, los alumnos, deberán realizar la encuesta de satisfacción que nos ayudará en la mejora de la calidad de las acciones formativas que proponemos en la plataforma de formación. La encuesta estará accesible en el apartado “Mis matrículas” en la plataforma, a partir de la finalización del curso.

Matrícula

Para ampliar información mandar mail a secretaria@ingenierosformacion.com o llamando por teléfono al número 985 73 28 91.

Formación Bonificada

La formación bonificada está dirigida a trabajadores de empresas que estén **contratados por cuenta ajena**, es decir, trabajadores de empresas que, en el momento del comienzo de la acción formativa, coticen a la Seguridad Social por el Régimen General.

Están **excluidos** los autónomos, los funcionarios y el personal laboral al servicio de las Administraciones públicas.

Para beneficiarse de la Formación bonificada la empresa tiene que encontrarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y de la Seguridad Social.

Para aclarar cualquier duda relacionada con nuestros cursos o sobre la bonificación de la FUNDAE, pueden dirigirse a la página web de la plataforma **FORMACIÓN BONIFICADA** donde podrán ver la información de una manera mas detallada, así como descargarse los documentos necesarios para la obtención de esta bonificación.

También pueden ponerse en contacto con nosotros, en el teléfono 985 73 28 91 o en la dirección de correo electrónico empresas@ingenierosformacion.com.