

Exp.: A/SER-011817/2017

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE 42 TALLERES FORMATIVOS Y 450 HORAS FORMATIVAS EN PUNTO DE VENTA, DIRIGIDOS A EMPRENDEDORES Y COMERCIANTES DE LA COMUNIDAD DE MADRID, PROMOVIDOS POR LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA.

1. OBJETO DEL PRESENTE PLIEGO

La creación de empresas aparece como uno de los principales motores de la generación de empleo. Las formas de trabajo están cambiando; aparecen soluciones nuevas como son el desempeño simultáneo de varias actividades profesionales o la actividad profesional independiente.

Europa necesita fomentar el dinamismo empresarial de un modo más eficaz. Necesita más negocios nuevos y prósperos que deseen beneficiarse de la apertura del mercado y embarcarse en empresas creativas o innovadoras de explotación comercial a mayor escala.

La necesidad de mejorar las capacidades de emprendimiento e innovación de los ciudadanos se subraya en tres de las iniciativas emblemáticas de la Estrategia Europa 2020 para el empleo y el crecimiento sostenible: “Unión por la innovación”, “Juventud en movimiento” y “Una agenda de nuevas cualificaciones y empleos”.

Mejorar la creatividad y la innovación, incluido el emprendimiento, a todos los niveles de la educación y la formación es uno de los objetivos a largo plazo de “Educación y formación 2020”.

La Estrategia Madrid por el Empleo establece como uno de sus objetivos potenciar el emprendimiento y fomentar el autoempleo y la economía social.

Por su parte, la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, dentro de su Programa para el Emprendimiento, se plantea, entre otros, como objetivos estratégicos los siguientes:

- Fomentar la mentalidad empresarial.
- Animar a un mayor número de personas a convertirse en empresarios.
- Desarrollar mecanismos que faciliten la formación de las personas emprendedoras.

La Consejería de Economía, Empleo y Hacienda ha adquirido un especial compromiso con el fomento del emprendimiento y el autoempleo, poniendo en marcha numerosas actuaciones con las que quiere reforzar la cultura emprendedora de los ciudadanos.

En un mundo cambiante, complejo y globalizado, en el que las redes sociales tienen un lugar privilegiado, las tecnologías de la información adquieren un creciente potencial para el comercio y el marketing de las empresas. Las Redes Sociales se han convertido en una herramienta imprescindible para conseguir una mejor interacción con el cliente, facilitando el acceso global a productos y servicios. La integración de los Medios Sociales en la actividad empresarial, más que una tendencia, es una exigencia para toda empresa que desee ampliar sus horizontes.

Por otra parte, el comercio minorista tiene un papel importante como elemento vertebrador de la estructura urbana por su capacidad para aportar al entorno una imagen y una identidad propias, reforzando un modelo de ciudad más sostenible, con una oferta de productos y servicios más próxima al ciudadano, que promueve los desplazamientos peatonales y un modo de vida y consumo diferente al que ofrece el modelo de grandes superficies comerciales.



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**

En las últimas décadas, la globalización de los mercados ha influido en las prácticas sociales y ha producido una transformación en los hábitos de consumo que ha supuesto un desplazamiento de la estructura tradicional del pequeño comercio hacia el que ofrecen las grandes superficies.

Las expectativas del pequeño comercio se deben ir adaptando a un entorno cambiante, aprovechando ventajas que le son propias como la atención más personalizada al cliente, la proximidad al mismo y la especialización de su oferta.

Se hace por tanto necesario facilitar una adecuada formación a los pequeños comerciantes y potenciar prácticas que utilicen con mayor intensidad las técnicas de marketing, merchandising, etc., incorporando valores añadidos como la imagen de marca, la comodidad en la compra y sobre todo una especial atención, asesoramiento y prestación de servicios al cliente.

En este contexto, se plantean estos talleres formativos con una metodología eminentemente práctica. Se pretende obtener una visión de los mecanismos que permitan implementar un proceso estratégico de marketing a partir de las herramientas que nos ofrecen las nuevas tecnologías, así como las claves principales para conectarse con los mercados a través de las redes sociales, con el objetivo de abrir el camino a nuevas oportunidades de negocio a través de internet.

Por otra parte, se pretende ofrecer a los pequeños comerciantes herramientas prácticas en el propio punto de venta, para incorporar a sus negocios propuestas de valor que sirvan para consolidar y promocionar sus actividades comerciales y, de este modo, aumentar y fidelizar a su clientela.

El presente pliego de prescripciones técnicas, dividido en dos lotes, tiene por objeto regular las condiciones de contratación para la organización e impartición de 42 talleres formativos prácticos, que se distribuyen en 6 especialidades relacionadas con la promoción y el marketing empresarial, 2 especialidades relacionadas con la promoción del pequeño comercio minorista y ambulante y una bolsa de 450 horas de formación práctica en el punto de venta para la dinamización del pequeño comercio y la venta ambulante.

Los talleres formativos y las horas de formación práctica se desarrollarán conforme se especifica en el presente documento de Condiciones Técnicas, que forma parte de la documentación del expediente de contratación y no podrá ser alterado por los licitadores.

2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.

2.1. Elaboración de los Proyectos de taller formativo práctico.

El desarrollo de los talleres formativos será eminentemente práctico. La empresa adjudicataria habrá de presentar un "Proyecto de taller formativo práctico" para el desarrollo e impartición de los mismos. Deberá diseñarse de acuerdo al objetivo general y los contenidos mínimos que se especifican en el Anexo V del presente pliego, desarrollando el resto de objetivos específicos y la programación modular teniendo en cuenta los mismos. Los talleres formativos se adaptarán a las especificidades y características propias de cada actividad empresarial o cada colectivo concreto.

El modelo obligatorio de presentación de proyecto de taller formativo práctico es el que acompaña al presente Pliego en los Anexos I (para talleres grupales de ambos lotes), y II (para bolsa de horas del lote 2), e irá referido a cada una de las especialidades que componen un lote, no pudiendo ser alterado por las empresas preadjudicatarias. Los proyectos habrán de ser presentados por las **empresas adjudicatarias**, en **el plazo de 10 días hábiles** a contar desde el siguiente a la firma del contrato. Asimismo, el proyecto, que habrá de adecuarse a las prescripciones técnicas de la licitación, será revisable atendiendo a las indicaciones de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda (en adelante Consejería), siendo esta condición de obligado cumplimiento.



2.2 Programación y distribución temporal y horarios de los talleres formativos prácticos.

Los talleres formativos prácticos para emprendedores tendrán una duración total de **10 meses** y comprenden las siguientes especialidades y número de imparticiones:

TALLERES FORMATIVOS PRÁCTICOS									
LOTE	CÓDIGO.	ESPECIALIDADES MARKETING E IMAGEN EMPRESARIAL	HORAS			PLAZAS	NUMERO DE IMPARTICIONES		
			BASE	TUTORÍAS	TOTAL		ESPEC.	LOTE	
LOTE 1	9501 a 9503	DISEÑA TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	12	15	27	15	3	32	
	9504 a 9508	CÓMO PONER EN MARCHA UN NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO	12	15	27	15	5		
	9509 a 9516	MEJORA TU VISIBILIDAD EN INTERNET: HERRAMIENTAS SEO Y SEM	12	15	27	15	8		
	9517 a 9523	UTILIZA LAS REDES SOCIALES PARA POTENCIAR TU NEGOCIO	12	15	27	15	7		
	9524 a 9530	APRENDE A DISEÑAR LA WEB DE TU EMPRESA	12	15	27	15	7		
	9531 a 9532	ACCEDER A NUEVOS MERCADOS: QUÉ PASOS TIENE QUE DAR TU PYME PARA EXPORTAR	12	15	27	15	2		
TALLERES FORMATIVOS PRÁCTICOS									
LOTE	CÓDIGO	ESPECIALIDADES PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA	HORAS			PLAZAS	NUMERO DE IMPARTICIONES		
			BASE	TUTORÍAS	TOTAL		ESPEC.	LOTE	
LOTE 2	9533 a 9538	GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL PUNTO DE VENTA	12	20	32	10	6	10	
	9539 a 9542	CALIDAD Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO	12	20	32	10	4		
			BOLSA DE HORAS			ALUMNOS		HORAS / ALUMNO	
	9543	ACTUALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA: ESCAPARATISMO (VISUAL MERCHANDISING) Y GESTIÓN DEL LINEAL	450			75		6	450 HORAS

La empresa adjudicataria de cada lote elaborará una propuesta de cronograma para la impartición de los talleres prácticos, que deberá ser validada por la Consejería antes de comenzar la impartición de los mismos.

Lote 1: Marketing e imagen empresarial.

La duración de cada uno de los talleres formativos será de **12 horas**, preferentemente divididas en 3 sesiones diarias de 4 horas, que se podrán desarrollar en horario de mañana (a definir entre las 9 y las 15 horas) o de tarde (a definir entre las 15 y las 22 horas) y en días consecutivos o alternos. Cada una de las imparticiones en jornada de Mañana o Tarde, serán definidas en función de las preferencias y disponibilidad de los solicitantes, atendándose en último extremo a las instrucciones que al respecto facilite la Consejería.

Adicionalmente a las horas impartidas en el taller formativo, se pondrá a disposición de los emprendedores participantes, una bolsa de **15 horas de tutorías** personalizadas por cada taller, con objeto de profundizar o mejorar aspectos concretos de su proyecto de negocio, así como atender a las necesidades y dificultades específicas que cada emprendedor tenga en relación a su proyecto empresarial. Los expertos que hayan impartido los talleres formativos se reunirán, previa solicitud de la persona interesada, pudiendo realizarse el proceso de tutorización durante los días en que se está desarrollando el taller o una vez haya finalizado el mismo.



El plazo máximo para realizar las tutorías será de 20 días a partir de la finalización de la parte formativa (horas base).

No se podrá hacer uso de más de **una hora de tutoría por cada uno de los asistentes** al taller formativo, excepto si la hora individual puesta a disposición de cada participante no se completara por falta de solicitud de los interesados, pudiendo utilizar las horas con otros participantes que lo demanden, hasta completar el máximo de las 15 horas de tutoría de cada taller. Las horas de tutoría que superen el número máximo indicado no tendrán contraprestación económica.

Las tutorías se pagarán sobre el número de horas efectivamente realizadas, que se acreditarán con las "Fichas de realización de tutorías", según el modelo facilitado por la Consejería, firmadas por el emprendedor y el tutor-experto que las haya impartido.

El número de imparticiones de cada una las especialidades incluidas en este lote podrá ser modificado, siempre y cuando no se supere el número total de imparticiones previsto en el lote, y una vez se acredite la insuficiente demanda de participantes en alguna especialidad formativa.

Lote 2: Promoción del pequeño comercio minorista.

Los talleres formativos de las especialidades en modalidad de formación presencial grupal, denominadas **"Gestión estratégica del punto de venta"** y **"Calidad y excelencia en el servicio"** tendrán una duración de **12 horas**, preferentemente divididos en 4 o 6 sesiones diarias de 3 o 2 horas respectivamente cada sesión. Se desarrollarán preferentemente, en horarios definidos como "no comerciales" lunes a viernes de 14:00 a 17:00 horas o de 19:00 a 22:00 horas y en días consecutivos o alternos. Excepcionalmente, estos talleres podrán impartirse en fines de semana, siempre que se justifiquen las fechas y horarios propuestos y previa autorización de la Consejería. Los tramos horarios serán definidos en función de las preferencias y disponibilidad de los solicitantes, atendiéndose en último extremo a las instrucciones que al respecto facilite la Consejería.

Adicionalmente a las horas impartidas en el taller, se pondrá a disposición de los emprendedores participantes, una bolsa de **20 horas de tutorías** personalizadas por cada taller, con objeto de profundizar o mejorar aspectos concretos de su proyecto de negocio, así como atender a las necesidades y dificultades específicas que cada emprendedor tenga en relación a su proyecto empresarial. Los expertos que hayan impartido los talleres se reunirán, previa solicitud de la persona interesada, pudiendo realizarse el proceso de tutorización durante los días en que se está desarrollando el taller o una vez haya finalizado el mismo. Las tutorías podrán realizarse, en función de las preferencias y disponibilidad de los participantes, en los locales donde se desarrolla su actividad comercial.

El plazo máximo para realizar las tutorías será de 30 días a partir de la finalización de la parte formativa (horas base).

No se podrá hacer uso de más de **dos horas de tutoría por cada uno de los asistentes** al taller, excepto si las dos horas individuales puestas a disposición de cada participante no se completaran por falta de solicitud de alguno de los interesados, pudiendo utilizar las horas con otros participantes que lo demanden, hasta completar el máximo de las 20 horas de tutoría de cada taller. Las horas de tutoría que superen el número máximo indicado no tendrán contraprestación económica.

Las tutorías se pagarán sobre el número de horas efectivamente realizadas, que se acreditarán con las "Fichas de realización de tutorías", según el modelo facilitado por la Consejería, firmadas por el emprendedor y el tutor-experto que las haya impartido.

El número de imparticiones de cada una las especialidades grupales incluidas en este lote podrá ser modificado, siempre y cuando no se supere el número total de imparticiones previsto en el lote, y una vez se acredite la insuficiente demanda de participantes en alguna especialidad formativa.



La especialidad en modalidad de formación presencial individual denominada **“Actualización del punto de venta: escaparatismo (visual merchandising) y gestión del lineal”** consistirá en una bolsa de 450 horas que podrá utilizar cada participante con un mínimo de 2 horas y un máximo de 6 horas. Cada sesión formativa individualizada tendrá una duración de 2 horas, realizándose “in situ” en el local comercial del participante, de lunes a sábado entre las 09:00 y las 22:00 horas, en función de las preferencias y disponibilidad de los solicitantes, atendándose en último extremo a las instrucciones que al respecto facilite la Consejería.

A la conclusión de cada acción formativa, una por participante, el formador elaborará un Informe final con el plan de acción propuesto para la actualización del comercio participante. Este informe se elaborará una vez finalizada la última sesión, a partir del trabajo realizado con el/la comerciante y en función de la situación particular del comercio en cuestión. Se entregará una copia de este informe a la Consejería y otra al participante.

El modelo de informe deberá ser propuesto por la empresa adjudicataria y previamente validado por la Consejería.

Las acciones de formación práctica individual se pagarán sobre el número de horas efectivamente realizadas, únicamente de las acciones formativas terminadas que cumplan las antedichas condiciones, y se acreditarán con las “Fichas de realización de las sesiones formativas “in situ”, según el modelo facilitado por la Consejería, firmadas por el participante y el formador que las haya impartido.

2.3. Contenidos y metodología de los talleres formativos prácticos.

Los contenidos mínimos que deberán incluir los Proyectos de taller formativo práctico se ajustarán a los especificados en el Anexo V del presente Pliego.

Los talleres formativos deberán tener un carácter eminentemente práctico y estarán orientados a la consecución por parte de los emprendedores de competencias básicas para el desarrollo de su proyecto empresarial y/o dotarles de las herramientas que faciliten la promoción de su actividad comercial o línea de negocio.

3. EQUIPO DE TRABAJO.

A tenor de lo dispuesto en el Pliego de cláusulas administrativas, la empresa licitadora **propuesta como adjudicataria** deberá presentar con anterioridad a la firma del contrato y en **el plazo de 10 días hábiles**, a contar desde el siguiente a aquel en que hubiera recibido el requerimiento, Anexo III y Anexo IV relativos al equipo de trabajo y al historial profesional de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, junto a la documentación que acredite que las personas que forman el equipo de trabajo reúnen los requisitos establecidos en este apartado, lo que constituye una obligación esencial para la firma del contrato.

Una vez validado el equipo de trabajo por la Consejería, la empresa adjudicataria sólo podrá realizar cambios respetando, rigurosamente, el perfil y la experiencia exigida en los pliegos. Tales cambios deberán ser validados y comunicados previamente. No se podrán efectuar cambios, salvo causa justificada documentalmente, en el último trimestre de ejecución del contrato.

El equipo de trabajo que preste el servicio no tendrá vinculación laboral alguna con la Comunidad de Madrid, y dependerá única y exclusivamente del adjudicatario, el cual asumirá la condición respecto a dicho personal, que con arreglo a la legislación vigente y a lo que en lo sucesivo se promulgaré, le corresponde sin que en ningún caso la Comunidad de Madrid sea responsable de las obligaciones del adjudicatario y sus trabajadores.



3.1. Equipo de trabajo de los talleres formativos.

El equipo de trabajo para cada uno de los lotes estará compuesto por los formadores y un coordinador.

Formadores

El equipo de trabajo cualificado para impartir los talleres prácticos de cada uno de los dos lotes será como mínimo de **2 formadores**, que deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Titulación universitaria de grado medio, superior, grado o postgrado, expedida u homologada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
2. Experiencia profesional documentada en calidad de formador, monitor o ponente experto en el desarrollo y ejecución de jornadas, simposios, conferencias, acciones formativas o talleres específicos en los sectores empresariales o especialidades referenciadas en el objeto del contrato. La experiencia deberá ser de al menos 300 horas en el conjunto de las especialidades del lote a impartir. Además:
 - En el caso del lote 1, experiencia profesional documentada en ocupaciones relacionadas con el emprendimiento y/o la consolidación de nuevas empresas, de al menos 24 meses en los últimos 5 años.
 - En el caso del lote 2, experiencia profesional documentada en la promoción, desarrollo y consolidación de actividades comerciales dirigidas al sector del comercio minorista, de al menos 24 meses en los últimos 5 años.

Las funciones de los formadores de los talleres serán:

- Diseño integral del taller formativo a desarrollar en cada caso: objetivos, contenidos, metodología, propuesta de programación (actividades y temporalización de cada taller práctico) y evaluación. Deberá atender a la duración y estructura de contenidos propuesta en el presente Pliego.
- Desarrollo del proceso de capacitación/dinamización en todos sus términos según el diseño propuesto, con las modificaciones que el desarrollo del propio proceso pudiera demandar.
- Solución de las dudas y revisión y feedback de las actividades desarrolladas por los participantes.
- Asesoramiento en la aplicación de los contenidos de los talleres formativos al desarrollo específico de los proyectos de cada uno de los participantes.
- Realización del control de asistencia de los participantes conforme al procedimiento que a tal efecto determine la Consejería.

Coordinación técnica.

Para ambos lotes, “Marketing e imagen empresarial” y “Promoción del pequeño comercio minorista”, la empresa adjudicataria deberá proponer una persona responsable de la coordinación técnica de los talleres formativos, con una titulación universitaria de grado medio, superior, grado o postgrado, expedida u homologada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y con una experiencia mínima de 36 meses como coordinador en programas formativos relacionados con emprendimiento y promoción empresarial, que deberá ser acreditada mediante certificación expedida por las empresas o entidades donde se hayan prestado los servicios.

Funciones

- Actuar como interlocutor de la Consejería en el desarrollo del proyecto.
- Conocer el Proyecto en todas sus variables (infraestructura, equipamiento, perfil de entrada de los participantes, contenidos, cronograma, etc.), así como del Plan de emprendedores de la Comunidad de Madrid.



- Supervisar los procedimientos empleados por los formadores de acuerdo con la metodología planteada.
- Planificar la puesta en marcha de los talleres formativos, garantizando su correcto funcionamiento en colaboración con las personas responsables de la Consejería.
- Asistir a la presentación de cada taller formativo de carácter grupal, explicando a los presentes los objetivos, contenidos y programación de dicho taller. Al presentar el taller formativo se deberá indicar que esta actuación forma parte de la programación del Plan de Emprendedores de la Comunidad de Madrid.
- Facilitar el seguimiento del desarrollo del taller formativo colaborando con el gestor de seguimiento representante de la Consejería y resolver cualquier incidencia que pueda surgir en el taller relativa a los formadores, infraestructuras y equipamientos.
- Coordinar la actividad del equipo de trabajo y supervisar las tareas administrativas implícitas en la organización y desarrollo de los talleres formativos.
- Informar de cualquier otra dificultad o demanda que surja a lo largo del desarrollo del taller formativo al personal técnico de la Consejería.

La experiencia profesional de los formadores y de la persona encargada de la coordinación técnica deberá acreditarse mediante certificación expedida por las empresas o entidades donde se hayan desarrollado los trabajos.

4. AULAS, EQUIPAMIENTO Y MATERIALES

4.1. Aulas.

Los talleres formativos correspondientes al lote 1 (Marketing e imagen empresarial) se realizarán en Centros propios de la Comunidad de Madrid. Las tutorías incluidas en este lote se realizarán también en Centros propios de la Comunidad de Madrid.

Los talleres formativos correspondientes al lote 2 (Promoción del pequeño comercio minorista), se realizarán en Centros propios de la Comunidad de Madrid, excepto la especialidad denominada “*Actualización del punto de venta: escaparatismo (visual merchandising) y gestión del lineal*” que se realizará “in situ” en el local comercial del propio participante.

Las tutorías previstas en el lote 2 (Promoción del pequeño comercio minorista) se realizarán preferentemente en Centros propios de la Comunidad de Madrid. Excepcionalmente, podrán realizarse también, en función de las preferencias y disponibilidad de los participantes, en los locales donde se desarrolle su actividad comercial. En este último caso, deberá comunicarse previamente a la Consejería.

La empresa adjudicataria habrá de proporcionar los equipos informáticos (uno por alumno), software necesario y conexión a Internet para el correcto desarrollo de todas las especialidades de los talleres correspondientes al lote 1 y para los talleres formativos de las especialidades denominadas “*Gestión estratégica del punto de venta*” y “*Calidad y excelencia en el servicio*”, correspondiente al lote 2.

4.2. Equipamiento

La empresa adjudicataria deberá aportar todo el equipamiento, dotaciones y material fungible que consta en el Proyecto de taller formativo práctico, debiendo estar actualizados y tener un alto grado de implantación en el mercado.

En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que:



- Por equipamiento técnico-informático se entenderá toda maquinaria y sus periféricos, destinada al tratamiento de la información, inventariable y de duración indeterminada que sea necesaria para la impartición de los talleres.
- El software comprende todo programa informático específico, de utilidad para la impartición de los talleres formativos.
- El material fungible comprende todo material consumible durante la impartición de los talleres formativos. Como material fungible asignado al proyecto se considerarán también los repuestos necesarios para los elementos de proyección de la sala, como las lámparas de los proyectores, y elementos como rotafolios.

4.3. Material didáctico y de apoyo.

La empresa adjudicataria deberá presentar en la Consejería, con anterioridad al inicio del primer taller práctico, una copia completa de todo el material didáctico que se vaya a utilizar para el desarrollo de las acciones. Los materiales didácticos estarán relacionados con el Proyecto de taller formativo práctico presentado y previamente validado por la Consejería y deberán desarrollar los contenidos mínimos indicados en el presente Pliego. Una vez que la Consejería haya visado el material didáctico propuesto, se pondrá a disposición de cada uno de los asistentes en las diferentes sesiones formativas.

Si a lo largo del periodo de ejecución se produjesen actualizaciones en los materiales didácticos, deberán ser siempre supervisadas y validadas por la Consejería.

La empresa adjudicataria deberá aportar todos aquellos materiales técnico-audiovisuales que sean necesarios para las imparticiones, incluidos en el Proyecto de taller formativo.

5. COLECTIVOS PRIORITARIOS Y SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

Los talleres formativos correspondientes al lote 1 (Marketing e imagen empresarial) incluidos en este Pliego están dirigidos a todas aquellas personas, preferentemente desempleadas, residentes en la Comunidad de Madrid, con iniciativas emprendedoras, que quieren iniciar una actividad empresarial en la Comunidad de Madrid o que cuentan con una empresa constituida recientemente.

La selección de los participantes se realizará en función de los criterios establecidos por la Consejería, para que los grupos sean lo más homogéneos posibles. En cualquier caso, la Consejería, atendiendo a las directrices marcadas en la Estrategia Madrid por el Empleo, podrá proponer que alguno de los talleres de los indicados en el presente Pliego, sean impartidos exclusivamente a uno o a varios de los colectivos referenciados en los respectivos Planes o Programas de empleo autonómicos o estatales.

Los talleres formativos correspondientes al lote 2 (Promoción del pequeño comercio minorista) están dirigidos, prioritariamente, a personas cuya actividad principal esté vinculada al comercio minorista o la venta ambulante y subsidiariamente a todas aquellas personas, preferentemente desempleadas, residentes en la Comunidad de Madrid, con iniciativas emprendedoras, que quieren iniciar una actividad empresarial en la Comunidad de Madrid o que cuentan con una empresa constituida recientemente.

De conformidad con los fines de la Consejería, la asistencia a los talleres prácticos será gratuita para los participantes. En consecuencia, queda expresamente prohibido al contratista el cobro a los destinatarios de cantidad alguna por los servicios prestados en la ejecución del contrato.

6. TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES DE LOS PARTICIPANTES

La empresa adjudicataria y el personal encargado de la realización de las tareas de organización y el desarrollo de los talleres formativos prácticos guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, estando obligados a no hacer públicos o enajenar cuantos datos conozcan como consecuencia o con ocasión de su ejecución, incluso después de finalizar el plazo contractual.



El resultado de las tareas realizadas, así como el soporte utilizado (papel, fichas, soporte informático, etc.) serán propiedad de la Consejería.

La información y documentación obtenidas por el contratista con ocasión de la ejecución del contrato, que son propiedad de la Comunidad de Madrid, deberán ser diligentemente conservadas por el contratista desde que las reciba y sólo podrán ser utilizadas a los meros efectos del cumplimiento del contrato, quedando prohibidos cualquier otro uso, la conservación de copias y la cesión, total o parcial, a terceros.

Si la empresa adjudicataria aporta equipos informáticos, una vez finalizadas las tareas y antes de retirar dichos equipos, el adjudicatario deberá borrar toda información utilizada, o derivada de la ejecución del contrato, mediante el formateo del disco duro.

La destrucción, en su caso, de la documentación de apoyo que no se considere indispensable se realizará en máquina destructora de papel o cualquier otro medio que garantice su ilegibilidad, en el lugar donde se realicen los trabajos.

Una vez extinguido el contrato, la información y documentación obtenidas deberán ser puestas a disposición de la Comunidad de Madrid.

La empresa adjudicataria se compromete a no dar información y datos proporcionados por la Administración para cualquier otro uso no previsto en el presente Pliego. En particular, no proporcionará, sin autorización escrita de la Consejería, copia de los documentos o datos a terceros.

7. INICIO Y CONSTITUCIÓN DE LOS TALLERES

En el Portal de emprendedores de la Comunidad de Madrid (www.emprendelo.es) se publicarán todos los talleres formativos y fechas previstas de realización. Los alumnos interesados se inscriben a través del citado Portal, generando una bolsa de solicitantes con las inscripciones de los usuarios interesados en realizar los correspondientes talleres formativos.

Con una antelación mínima de **7 días hábiles** al inicio de cada taller formativo, la empresa adjudicataria entregará la Ficha de inicio, según modelo que será proporcionado por la Consejería a la empresa adjudicataria. Junto a esta ficha se adjuntará el correspondiente certificado de la póliza de seguros, según las indicaciones del siguiente apartado.

Si se produjera algún cambio en la información facilitada en la Ficha de Inicio, deberá comunicarse al menos con **tres días** de antelación al inicio de dicho taller, enviando una nueva Ficha en la que se indicará la modificación.

La Comunidad de Madrid proporcionará a la empresa adjudicataria la relación de alumnos interesados en cada uno de los talleres formativos. Será la empresa adjudicataria la que, siguiendo las instrucciones definidas por la Consejería, se pondrá en contacto con los participantes preseleccionados para configurar los grupos de cada una de los talleres formativos prácticos y proceder a su puesta en marcha.

Para el **lote 1 “Marketing e imagen empresarial”**, el **número máximo de participantes** por taller formativo será de 15 y no podrá iniciarse ningún taller con menos de 11 alumnos.

Para el **lote 2 “Promoción del pequeño comercio minorista”** y para las especialidades denominadas “Gestión estratégica del punto de venta” y “Calidad y excelencia en el servicio”, el **número máximo de participantes** será de 10 y no podrá iniciarse ningún taller con menos de 7 alumnos.

Las sesiones de carácter grupal, se iniciarán conforme se vayan constituyendo los correspondientes grupos de asistentes a los talleres formativos y no podrá iniciarse ningún taller formativo con menos alumnos de los indicados en el párrafo anterior, reservándose la Consejería el derecho de retrasar o anular la impartición de dicho taller formativo.



Para dejar constancia de la asistencia de participantes en la primera sesión, los formadores deberán enviar por correo electrónico al Área de Emprendedores de la Consejería la “Ficha de control de asistencia” al finalizar esta primera sesión, según el modelo accesible desde la aplicación de gestión “Portal de Emprendedores”.

El grupo se considera válidamente **constituido** cuando haya transcurrido la primera jornada. A partir de este momento se cerrará el listado de participantes confirmados en la acción formativa, con lo que no podrá incorporarse ningún nuevo asistente.

Para la especialidad “Actualización del punto de venta: escaparatismo (visual merchandising) y gestión del lineal” del Lote 2, el taller formativo se impartirá de forma individualizada “in situ” en el local comercial del participante, en función de la disponibilidad y acuerdo entre el formador y cada uno de los participantes.

Del total de 450 horas que componen la bolsa de horas formativa, cada participante podrá utilizar hasta un máximo de 6 horas, con un mínimo de 2 horas por sesión. Para dejar constancia de la asistencia de los participantes a cada sesión, los formadores deberán enviar por correo electrónico al Área de Emprendedores de la Consejería la “Ficha de realización de sesión formativa en punto de venta” al finalizar cada una de las sesiones, según el modelo facilitado por la Consejería.

7.1 Póliza de seguros

Con carácter previo a la impartición de los talleres formativos prácticos, la empresa adjudicataria entregará una copia compulsada de la póliza del seguro de accidentes y responsabilidad civil de los participantes, con especificación del nº total de participantes, período de cobertura, así como el número de los talleres formativos por los que se ha suscrito. Junto a la/s póliza/s se deberá aportar el justificante bancario que acredite el pago de la/s misma/s, en original o fotocopia compulsada, no siendo válidos los justificantes obtenidos por vía telemática, sin el correspondiente sello bancario.

Además, con una antelación mínima de **siete días** hábiles al inicio de cada acción, coincidiendo con la entrega de la Ficha de inicio “Datos generales del taller formativo”, la empresa adjudicataria entregará un **certificado** (original) emitido por la empresa aseguradora de la póliza del seguro de accidentes, donde se especifique el nombre y código del taller asegurado, fecha de inicio y fin del taller y número de participantes cubiertos por dicha póliza.

El contratista está obligado a suscribir pólizas de seguro contra los riesgos de accidentes, incluidos los desplazamientos, que pudieran producirse como consecuencia de la asistencia a los talleres formativos y la responsabilidad civil que traiga causa de la ejecución el contrato. En dichas pólizas deberá constar claramente el taller o talleres para los que se han formalizado.

Importe: Coberturas mínimas que se han de contratar:

- Fallecimiento por accidente: 40.000,00 euros.
- Invalidez permanente por accidente (parcial, total o absoluta): 40.000,00 euros.
- Asistencia sanitaria en centros reconocidos: Ilimitada.

8. SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES FORMATIVAS.

La Consejería podrá llevar a cabo acciones de seguimiento, control de calidad y evaluación de los talleres formativos y del correcto uso de la herramienta de gestión. Dichas acciones verificarán, en su caso, el adecuado desarrollo de las acciones, el nivel de satisfacción de los asistentes y de los formadores, la documentación entregada a los participantes, el cumplimiento del Proyecto, así como la calidad e idoneidad de las instalaciones y equipamientos, en su caso.

Con el fin de ejercer su responsabilidad y garantizar el buen desarrollo y calidad de estas acciones, la Consejería facilitará instrucciones a todas las empresas adjudicatarias. Además se establecen las siguientes normas de funcionamiento:



- El personal designado por la Consejería tendrá la facultad de acceder periódicamente a las aulas o recinto en los que se imparte la actividad, con el fin de comprobar su desarrollo.
- Se celebrarán tantas reuniones de coordinación y seguimiento entre el personal designado por la Consejería y el personal que compone los equipos de trabajo de los talleres formativos como le sean requeridas a la empresa adjudicataria.
- La empresa adjudicataria realizará los informes que sean solicitados por el personal de la Consejería referidos al desarrollo de los talleres.
- En todos los talleres formativos (exceptuando la especialidad “Actualización del punto de venta: escaparatismo *visual merchandising* y gestión del lineal” del Lote 2) la empresa adjudicataria deberá realizar diariamente un control de presencia de los participantes y de los formadores en las aulas. El soporte de firmas está disponible en la aplicación de gestión “Portal de emprendedores” de la Consejería. Estos partes permanecerán en el aula bajo la custodia del formador o experto, junto con los justificantes de las faltas de asistencia convenientemente ordenados y archivados, y a disposición del personal de la Consejería, en las visitas que se realicen al aula.
- Para la especialidad “Actualización del punto de venta: escaparatismo *visual merchandising* y gestión del lineal” del Lote 2, el seguimiento y control de ejecución se realizará mediante ficha individual elaborada en cada sesión. Deberá ser firmada tanto por el formador como por el emprendedor. Contendrá los datos básicos de la sesión: fecha, hora de comienzo y final, identificación tanto del formador como del emprendedor y una breve descripción del contenido de la sesión. El modelo de la ficha será facilitado por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda.
- El control de estado de las convocatorias se realizará dentro de la aplicación de gestión “Portal de emprendedores”.
- Cualquier cambio o incidencia que se produzca durante el desarrollo del taller formativo y que pueda afectar al desarrollo del programa, deberá ser comunicado de forma inmediata, exponiendo el motivo, las razones que los justifican y las medidas que la entidad estime necesarias.

Finalizada la impartición del taller formativo, la empresa adjudicataria queda obligada a suministrar a la Consejería, en el **plazo máximo de 10 días hábiles**, la documentación asociada a la misma. Esta documentación deberá ser la incorporada en la aplicación de gestión de formación y consta de:

- a) “Ficha de alumno/participante” que facilitará la Consejería, junto con una fotocopia del Documento Nacional de Identidad o NIE.
- b) Original de los partes de asistencia, junto con la documentación justificativa de las faltas de asistencia.
- c) Relación de las bajas producidas durante el desarrollo de los talleres, adjuntando los justificantes de los mismos.
- d) Listado de formadores, en su caso, con las horas y materias del taller impartido por cada uno.
- e) Valoración del responsable por parte de la empresa adjudicataria del desarrollo del taller. El modelo de informe lo fijará la Consejería.
- f) El documento acreditativo de la entrega a los participantes del material didáctico, según formato facilitado por la Consejería.
- g) Cualquier otra documentación justificativa del taller formativo o relacionada con su desarrollo, que sea requerida por el personal encargado del seguimiento de las acciones.
- h) La empresa adjudicataria presentará, una vez efectuados los trabajos y presentada toda la documentación correctamente y validada por la Consejería, una factura en formato electrónico a través de la aplicación “FACTURAE”.



9. OTRAS OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO DERIVADAS DEL DESARROLLO DE LAS ACCIONES.

La empresa adjudicataria vendrá obligada a asumir a su riesgo y ventura, el coste económico de dar cumplimiento a la Ley 51/2003, de 2 de diciembre de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad, en el sentido de garantizar el adecuado seguimiento de las acciones objeto del contrato por parte de las personas con discapacidad.

La empresa adjudicataria será responsable de la retirada y adecuado tratamiento, según legislación vigente, de todos los residuos, escombros, basuras, etc., que se generen en el desarrollo de los talleres.

La empresa adjudicataria vendrá obligada a colaborar con la Consejería, si se le solicita, facilitando cuanta documentación le sea requerida, relacionada con la ejecución del contrato, a efectos del control de calidad que desarrolla la Consejería.

La empresa adjudicataria se ajustará a los procedimientos administrativos y de control que determine la Consejería, que incluirán procesos de administración electrónica.

La empresa adjudicataria deberá utilizar la aplicación informática propuesta por la Consejería. Con esta herramienta se realizará la confirmación de los asistentes y los procesos que sean requeridos para la correcta gestión y control de los talleres formativos.

La entidad adjudicataria, queda también sometida al control, seguimiento y verificación del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (Servicio Público de Empleo Estatal), y de la Intervención Delegada en la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda u otros órganos de control de la Comunidad de Madrid.

Así mismo, se informa a las entidades beneficiarias de que la adjudicación del contrato supone su aceptación a ser incluido en la lista pública de beneficiarios.

Antes de la extinción el contrato, toda la información y documentación obtenidas deberán ser puestas a disposición de la Unidad de Autónomos, Economía Social y Responsabilidad Social de las Empresas, a efectos de poder conservar la documentación, conforme a los requerimientos de la normativa europea y a mantener pista de auditoría, que cumpla los criterios recogidos en dicha normativa.

9.1 Publicidad.

En toda la documentación que la empresa adjudicataria entregue, tanto a la propia Consejería como a los asistentes (Manual de taller formativo o cualquier tipo de material didáctico que se utilice en las actividades), a lo largo del desarrollo del programa, deberá aparecer de forma visible y destacada la imagen gráfica de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid y del Servicio Público de Empleo Estatal.

Igualmente, en los centros y/o aulas donde se impartan los talleres formativos, aparecerá de forma visible y destacada un cartel con los logotipos, ya indicados, de la Consejería y el Servicio Público de Empleo Estatal.

La publicidad de los talleres formativos por cualquier medio, la realizará exclusivamente la Consejería, quien podrá recabar, si lo estimare preciso, la colaboración del adjudicatario en la difusión a efectos de información y captación de interesados en participar en los mismos. En este supuesto, la entidad colaboradora deberá enviar a la Consejería, para su visado, con carácter previo a su difusión, el material de cualquier tipo que al efecto se elabore.

En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, prensa, etc.), se deberá incluir de modo destacado los logotipos especificados anteriormente.



La empresa adjudicataria aportará la creatividad y la producción de los materiales (folletos, dípticos, carteles, material divulgativo etc.) necesarios para la difusión del proyecto, coste ya incluido en el presupuesto de licitación.

Antes de la extinción el contrato, toda la información y documentación obtenidas deberán ser puestas a disposición de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda.

EL VICECONSEJERO DE HACIENDA Y EMPLEO

Fdo: Miguel Ángel García Martín

ANEXO I : PROYECTO DE TALLER FORMATIVO PRÁCTICO

EXPEDIENTE	
NOMBRE DE LA EMPRESA	
AÑO DE PROGRAMACIÓN	

ESPECIALIDAD	
---------------------	--

1. OBJETIVO/S Y PROGRAMACIÓN MODULAR: *describir el/los objetivo/s general/es y desarrollar la programación modular.*

Objetivo/s General/es del taller práctico

Objetivos Específicos del taller práctico

Programación Modular: Desarrollar el contenido del programa formativo a impartir, tanto en sus aspectos teóricos como prácticos. El programa se presentará modularmente relacionando todos los aspectos integrados en el curso. (Incluir tantas hojas como fuere preciso)

2. DESARROLLO TEMPORAL DEL PROGRAMA (PLANIFICACIÓN): Especificar el orden y distribución temporal en que se imparten los distintos módulos del taller formativo.

3. METODOLOGÍA DIDÁCTICA: Definir la metodología a seguir a lo largo del taller formativo.



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**

4. EQUIPAMIENTO TÉCNICO DE LAS AULAS

Detallar el equipamiento a utilizar en el taller formativo (se entiende por equipamiento, todo tipo de equipamiento informático, maquinaria, herramientas y utillaje, necesario para el desarrollo de la formación, y de consumo duradero, incluyendo el Software necesario, así como la cantidad prevista)

5. MATERIAL DIDÁCTICO

Relación detallada del material fungible (entendiendo todo aquello que se utiliza una sola vez en el transcurso del taller):

Relación detallada del material de apoyo a utilizar en el taller formativo describiendo sus principales características (retroproyector, DVD, cañón de vídeo, papelógrafo, etc.):

Relación de materiales didácticos y fuentes documentales (material impreso, libros, etc.). En el caso de que dichos materiales sean de elaboración propia, detalle para cada manual, índice de contenidos y bibliografía utilizada:

FIRMA Y SELLO DE LA EMPRESA

NOTAS DE INTERÉS:

Deberán cumplimentarse todos los apartados.

Toda la información incluida en el proyecto será objeto de comprobación.

Los datos personales recogidos serán tratados, con su consentimiento informado, en los términos del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, y de conformidad a los principios dispuestos en la misma, pudiendo ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante el responsable del fichero



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**

ANEXO II : PROYECTO DE TALLER FORMATIVO PRÁCTICO (bolsa de horas)

EXPEDIENTE	
NOMBRE DE LA EMPRESA	
AÑO DE PROGRAMACIÓN	

ESPECIALIDAD (Bolsa de Horas)	
--------------------------------------	--

1. OBJETIVO/S Y PROGRAMACIÓN: *describir el/los objetivo/s general/es, específico/s y desarrollar la programación.*

--

2. METODOLOGÍA Y MATERIAL DIDÁCTICO: Definir la metodología que se seguirá a lo largo de las sesiones "in situ" y el material didáctico de apoyo.

--

FIRMA Y SELLO DE LA EMPRESA

NOTAS DE INTERÉS:

Deberán cumplimentarse todos los apartados.

Toda la información incluida en el proyecto será objeto de comprobación.

Los datos personales recogidos serán tratados, con su consentimiento informado, en los términos del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, y de conformidad a los principios dispuestos en la misma, pudiendo ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante el responsable del fichero



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**

ANEXO III: HISTORIAL PROFESIONAL EQUIPO DOCENTE Y COORDINACIÓN

Solo se incluirán los historiales de las personas que efectivamente asuman la coordinación y el desarrollo formativo de los talleres (no se incluirán posibles, suplentes ni titulares que no vayan a impartir o coordinar realmente el taller). Se adjuntará la documentación acreditativa relacionada en el Pliego de Prescripciones Técnicas y Proyecto Formativo. Se adjuntarán tantos C.V. como personas intervengan en el taller.

EMPRESA ADJUDICATARIA :	
PERSONA DE CONTACTO DE LA EMPRESA :	Teléfono:
DENOMINACIÓN LOTE :	

CURRICULUM VITAE

Marque con una X lo que corresponda:

- ☐ Formador
☐ Coordinador

<u>DATOS PERSONALES</u>				
Nombre y Apellidos:				
N.I.F./N.I.E.:	Fecha de Nacimiento.:	Nacionalidad.:		
Domicilio / Nombre de Vía.:				
Domicilio :	Nº.:	Escalera:	Piso:	Letra:
Código Postal:	Municipio:	Provincia:		
Correo Electrónico.:		Tfno.:		
<u>FORMACIÓN ACADÉMICA</u>				

EXPERIENCIA PROFESIONAL COORDINADOR (Detallar a continuación, comenzando por la más reciente)

Lote 1 - Programas formativos relacionados con emprendimiento y promoción empresarial.

Lote 2 - Programas formativos dirigidos al pequeño comercio minorista

Empresa:

Puestos (categoría profesional):

Fecha de Alta – Fecha de Baja: (DD-MM-AAAA)

(Nº de meses)

Funciones desempeñadas:



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**

EXPERIENCIA PROFESIONAL FORMADOR (Detallar a continuación, comenzando por la más reciente)

Desarrollo y ejecución de jornadas, simposios, conferencias, acciones formativas o talleres específicos en los sectores empresariales o especialidades referenciadas en el objeto del contrato en el lote y acciones que corresponda.

Empresa:

Puestos (categoría profesional):

Fecha de Alta – Fecha de Baja: (DD-MM-AAAA)

(Nº de horas)

Funciones desempeñadas:

EXPERIENCIA PROFESIONAL FORMADOR (Detallar a continuación, comenzando por la más reciente)

Lote 1 - Promoción, desarrollo y consolidación de actividades comerciales dirigidas al sector del comercio minorista.

Lote 2 - Ocupaciones relacionadas con el emprendimiento y/o la consolidación de nuevas empresas

Empresa:

Puestos (categoría profesional):

Fecha de Alta – Fecha de Baja: (DD-MM-AAAA)

(Nº de meses)

Funciones desempeñadas:

FECHA Y FIRMA DEL COORDINADOR / FORMADOR



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv
mediante el siguiente código seguro de verificación: **0982668894483258072135**



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: 098266889448258072135

ANEXO IV : EQUIPO DE TRABAJO DE LOS TALLERES FORMATIVOS PRÁCTICOS

NOMBRE DE LA EMPRESA.:
LOTE FORMATIVO.....:

FORMADOR / COORDINADOR	NOMBRE Y APELLIDOS	D.N.I.	TITULACIÓN	EXPERIENCIA PROFESIONAL *	EXPERIENCIA PROFESIONAL *
				Total horas	Total meses

Firma y Sello de la Empresa.

* Se tendrá en cuenta la experiencia profesional documentada que se relaciona en el apartado 3.1. (equipo de trabajo de los talleres formativos)



ANEXO V: CONTENIDOS MÍNIMOS DE LOS TALLERES FORMATIVOS PRÁCTICOS.

MARKETING E IMAGEN EMPRESARIAL

CÓDIGO	ESPECIALIDADES	ACCIONES
9501 a 9503	DISEÑA TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	3
9504 a 9508	CÓMO PONER EN MARCHA UN NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO	5
9509 a 9516	MEJORA TU VISIBILIDAD EN INTERNET: HERRAMIENTAS SEO Y SEM	8
9517 a 9523	UTILIZA LAS REDES SOCIALES PARA POTENCIAR TU NEGOCIO	7
9524 a 9530	APRENDE A DISEÑAR LA WEB DE TU EMPRESA	7
9531 a 9532	ACCEDE A NUEVOS MERCADOS: QUÉ PASOS TIENE QUE DAR TU PYME PARA EXPORTAR	2
	MODALIDAD DE IMPARTICIÓN	PRESENCIAL
	DURACIÓN DE CADA ACCIÓN	12 HORAS
	ALUMNOS PARTICIPANTES POR ACCIÓN	15 ALUMNOS
	TUTORÍAS (1 hora por alumno y acción)	15 HORAS

DISEÑA TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

Objetivo General

Aprender a implementar los procesos necesarios para contactar y crear relaciones sólidas con los clientes a través de Internet.

Contenidos

- Introducción al marketing digital. Qué puede hacer el marketing digital por tu marca corporativa o personal.
- Del marketing tradicional al marketing digital: variables de precio, punto de venta, promoción y producto.
- Factores críticos en la estrategia de marketing digital:
 - o Equipo de trabajo, tareas.
 - o Visibilidad en la red y posicionamiento en buscadores (SEO, SEM y SMO).
 - o La relación con el cliente.
- Planificación de la estrategia de marketing digital. Fases de su diseño:
 - o Análisis (interno y de la competencia)
 - o Definición de objetivos y de clientes: audiencia, contenidos y palabras clave.
 - o Diseño de la estrategia y plan de acción.
- Recursos y herramientas de apoyo en la red.
- Control y análisis de resultados.





CÓMO PONER EN MARCHA UN NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo General

Conocer las claves prácticas para poner en marcha un negocio de comercio electrónico.

Contenidos

- Introducción. Distintos tipos de comercio electrónico (B2B, B2C, B2E, C2C). Dropshipping.
- La elección del hosting, de la plataforma y del software de gestión.
- El portal de venta online:
 - o Diseño del Portal. Adecuación al cliente.
 - o Gestión del portal de venta online.
- Marketing on line. Generación de confianza.
- Medios de pago.
- Logística y servicio post venta.

MEJORA TU VISIBILIDAD EN INTERNET: HERRAMIENTAS SEO Y SEM.

Objetivo General

Conocer las claves prácticas para utilizar las herramientas de posicionamiento en buscadores de internet.

Contenidos

- La visibilidad en la red: factor crítico en la captación de clientes.
- La lógica de los buscadores:
 - o Dos factores básicos: la autoridad y la relevancia.
 - o Funcionamiento de un motor de búsqueda: rastreo e indexación.
- SEO: Cómo aparecer en los primeros puestos de los buscadores.
 - o SEO on-site: Cómo optimizar nuestra página web para mejorar el posicionamiento.

Palabras clave.

- o SEO off-site: Los factores externos a nuestra web. Cómo conseguir enlaces de calidad.
- o La ética en las acciones de posicionamiento: White Hat SEO y Black Hat SEO
- SEM: Conseguir visibilidad con los anuncios en buscadores.
 - o Ventajas y desventajas del SEM
 - o Planificar una campaña.
 - o AdWords: estructura y posibilidades.
 - o Anuncios: características y posibilidades.
- ¿SEO o SEM?: la estrategia es combinarlos.

UTILIZA LAS REDES SOCIALES PARA POTENCIAR TU NEGOCIO

Objetivo General

Conocer las claves prácticas para promocionar una empresa en las redes sociales.

Contenidos

- Introducción: Qué es el Marketing en Redes Sociales (SMO) y porqué utilizarlo.
- Redes Sociales que pueden utilizarse:
 - o Mega redes (Facebook, Myspace, LinkedIn).



- Redes de file sharering (YouTube, flickr, fotolog y slideshare).
- Redes de favoritos sociales, recomendación de sitios web y artículos.
- Objetivos a conseguir:
 - Afianzar el Branding y difundir la marca en la web.
 - Mejorar la imagen que proyecta la empresa. Generar confianza.
 - Incrementar el tráfico de visitas a la página web de la empresa.
 - Mejorar el posicionamiento web.
- Formas de realizar Marketing en Redes Sociales. Gestión del SMO:
 - Como utilizar el marketing viral.
 - La participación en foros.
 - Los blogs.
 - Cómo realizar social networking.
- Control y análisis de resultados.

APRENDE A DISEÑAR LA WEB DE TU EMPRESA

Objetivo General

Conocer las claves prácticas para crear una buena página web para la empresa o negocio.

Contenidos

- Introducción. Página web, presencia en Internet e imagen de marca.
- Estrategia de diseño de la página web:
 - Mensaje a transmitir y características a destacar: página web simple o compleja.
 - Principios de sencillez y adaptabilidad (responsive).
 - Ventajas e inconvenientes de contratar a un desarrollador profesional la construcción de la página web.
- Autoconstrucción de la página web. Herramientas para la creación de sitios web:
 - Creadores de sitios web informativos (páginas web simples): Wix, Jimbo, Weebly.
 - Soluciones para proyectos complejos. Gestores de contenido: Wordpress.
- Elementos a incorporar en la página web: dominio y cuentas e-mail, diseños con look profesional, opciones SEO, plantillas para dispositivos móviles, formulario de contacto, integración en redes sociales, soporte técnico, posibilidad de incorporar tienda on-line.

ACCEDE A NUEVOS MERCADOS: QUÉ PASOS TIENE QUE DAR TU PYME PARA EXPORTAR.

Objetivo General

Conocer las claves prácticas para acceder a mercados de otros países.

Contenidos

- Analizar la situación de partida de la empresa y prepararse para el salto al mercado exterior:
 - Análisis del proceso productivo. Identificación de la ventaja competitiva.
 - Recursos financieros necesarios: para financiar la actividad productiva, capital circulante, etc.; para visitar mercados, participar en ferias y misiones comerciales, preparar material promocional, etc.; y financiación para ofrecer a los clientes extranjeros para que éstos financien sus compras.





- Necesidad de medios humanos cualificados. La barrera del idioma.
- Identificación de mercado objetivo. Plan de acción.
 - Selección de país/países (matriz de criterios).
 - Forma de acceso al país destino. Seleccionar socios en destino.
 - Identificación y caracterización del nicho de mercado. Decidir y en su caso adaptar el producto que se presentará al nicho de mercado.
 - Establecer objetivos y planificar la acción exportadora.
- Distribución en el país destino
 - Establecer la política de distribución en el país destino.
 - Establecer la política de comunicación.
 - Establecer la política de precio.
- Gestión de operaciones de exportación
 - La financiación de las operaciones. Medios de pago.
 - Transporte y logística. Trámites aduaneros.
 - Aspectos fiscales: la rentabilidad de las operaciones.

PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA		
CÓDIGO	ESPECIALIDADES	ACCIONES
9533 a 9538	GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL PUNTO DE VENTA	6
9539 a 9542	CALIDAD Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO	4
	MODALIDAD DE IMPARTICIÓN	PRESENCIAL
	DURACIÓN DE CADA ACCIÓN	12 HORAS
	ALUMNOS PARTICIPANTES POR ACCIÓN	10 ALUMNOS
	TUTORÍAS (2 hora por alumno y acción)	20 HORAS
CÓDIGO	ESPECIALIDADES	ACCIONES
9543	ACTUALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA: ESCAPARATISMO (VISUAL MERCHANDISING) Y GESTIÓN DEL LINEAL	450 HORAS
	MODALIDAD DE IMPARTICIÓN	EN PUNTO DE VENTA "IN SITU"
	DURACIÓN "BOLSA DE HORAS"	450 HORAS
	ALUMNOS PARTICIPANTES POR ACCIÓN	1 ALUMNO
	MÁXIMO DE HORAS / ALUMNO	6 HORAS





GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL PUNTO DE VENTA

Objetivo General

- Adquirir la base del conocimiento a nivel técnico en la gestión estratégica del punto de venta, para responder eficazmente a los nuevos planteamientos de la distribución.

Contenidos

- Optimización de la rotación de productos.
- Utilización de programas de gestión empresarial (CRM, etc...)
- Periodicidad de las promociones.
- Localización del producto en el punto de venta.

CALIDAD Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO

Objetivo General

- Adquirir la base del conocimiento a nivel técnico para la mejora de la calidad y la excelencia en el servicio en el pequeño comercio minorista.

Contenidos

- Atención al cliente.
- Nuevas tendencias.
- Atención al turista e idioma básico.
- Empleo y gestión de encuestas de satisfacción.
- Fidelización de clientes.

ACTUALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA: ESCAPARATISMO (VISUAL MERCHANDISING) Y GESTIÓN DEL LINEAL

Objetivo General

- Aprender el conjunto de técnicas y herramientas que permiten gestionar estratégicamente la superficie de ventas y el lineal, para obtener la máxima rentabilidad y satisfacción del cliente, creando escenarios físicos y psicológicos que provoquen una actitud positiva hacia la compra.

Contenidos

ESCAPARATISMO Y “VISUAL MERCHANDISING”:

- Diseño y presentación.
- Utilización de nuevas técnicas: la psicología del cromatismo.
- Composiciones escénicas atractivas. Técnicas de iluminación.
- Cumplimiento de legalidad y normativa (exposición de precios PVP,...).
- Uso corporativo de la imagen en etiquetados. Uso de “displays” promocionales.

GESTIÓN DEL LINEAL:

- El lineal: funciones
- Análisis del lineal.
 - o Lineal mínimo.
 - o Criterios de reparto.
 - o Tipos de presentación.
- Niveles y zonas del lineal.

