



PROGRAMA DE CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL 2018

Este programa promoverá el desarrollo de planes a empresas en áreas de gestión empresarial, marketing, internacionalización e Innovación, de forma que, de manera combinada, conjunta y/o alternativamente, permitan conseguir objetivos de consolidación y crecimiento de los destinatarios mediante la puesta en marcha de Planes de Consolidación Empresarial, en concreto:

- Mejorar la visión global de la gestión empresarial.
- Mejorar o, en su caso, elaborar el Plan Estratégico de la Empresa.
- Mejorar su capacidad de gestión y su rentabilidad.
- Potenciar la innovación y la modernización de las empresas.

RELACIÓN DE CONTENIDOS

1. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

- 1.1. EMPRESA Y ENTORNO COMPETITIVO.
 - 1.1.1. EMPRESA, MERCADO Y ENTORNO.
 - 1.1.2. ANÁLISIS COMPETITIVO.
- 1.2. ANÁLISIS INTERNO.
 - 1.2.1. FORTALEZAS.
 - 1.2.2. DEBILIDADES.
- 1.3. ANÁLISIS EXTERNO.
 - 1.3.1. AMENAZAS.
 - 1.3.2. OPORTUNIDADES.

2. ÁREA DE FINANZAS Y GESTIÓN

- 2.1. LA PREVISIÓN DE TESORERÍA
- 2.2. ANÁLISIS DE BALANCES (PATRIMONIAL Y FINANCIERO O DE RATIOS)
- 2.3. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y CUENTA DE RESULTADOS. PRINCIPALES INDICADORES/RATIOS
- 2.4. LOS COSTES EN LA EMPRESA, CÁLCULO, CLASIFICACIÓN Y ANÁLISIS.
- 2.5. LOS MODELOS DE COSTES POR RESULTADOS (FULL COST Y DIRECTCOST)
- 2.6. ANÁLISIS DEL UMBRAL DE RENTABILIDAD O VENTAS DE EQUILIBRIO
- 2.7. LA FINANCIACIÓN Y EL APALANCAMIENTO FINANCIERO.

3. ÁREA DE MARKETING Y ENTORNO DIGITAL DE LA EMPRESA

- 3.1. ANÁLISIS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
- 3.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.
- 3.3. POLÍTICA DE PRODUCTO.
- 3.4. POLÍTICAS DE PRECIOS.
- 3.5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.
- 3.6. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.
- 3.7. POLÍTICA DE VENTAS.
- 3.8. MARKETING DIGITAL-GLOBAL MARKETING: PRESENCIA EN INTERNET, USO DE HERRAMIENTAS TIC Y ENTORNO DIGITAL:
 - 3.8.1. ENTORNO ON LINE.
 - 3.8.2. REDES Y MEDIOS SOCIALES.
 - 3.8.3. COMERCIO ELECTRÓNICO.

4. ÁREA DE JURÍDICO FISCAL

- 4.1. FORMA JURÍDICA MÁS CONVENIENTE PARA LA EMPRESA.
- 4.2. REPERCUSIONES FISCALES DE CADA FORMA JURÍDICA:
 - 4.2.1. REVISIÓN DE LAS ALTAS CENSALES Y DEL IMPUESTO SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS.
 - 4.2.2. REVISIÓN DEL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (PARA MERCANTILES).
 - 4.2.3. REVISIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA (PARA EMPRESARIOS INDIVIDUALES).
 - 4.2.4. REVISIÓN DEL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO.
- 4.3. ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL:
 - 4.3.1. CONTRATOS MERCANTILES.
 - 4.3.2. DOCUMENTACIÓN.
 - 4.3.3. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES CON PAÍSES TERCEROS.
- 4.4. LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN.

5. ÁREA DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

- 5.1. ANÁLISIS DEL ORGANIGRAMA.
- 5.2. IDENTIDAD CORPORATIVA (MISIÓN, VISIÓN, VALORES).
- 5.3. DESARROLLO ORGANIZATIVO:
 - 5.3.1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS (DPT).
 - 5.3.2. EVALUACIÓN DE RENDIMIENTO.
 - 5.3.3. PROTOCOLO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.
 - 5.3.4. PLAN DE ACOGIDA.
 - 5.3.5. POLÍTICA DE FORMACIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO.
 - 5.3.6. ANÁLISIS CLIMA LABORAL.
 - 5.3.7. PLANES DE IGUALDAD
- 5.4. IDENTIFICACIÓN ESTILO DIRECTIVO. PRÁCTICAS SALUDABLES APLICADAS A LA EMPRESA.
- 5.5. PROFESIONALIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESARIAL
- 5.6. GESTIÓN DE LOS RR.HH.

6. LA SOSTENIBILIDAD APLICADA A LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- 6.1. LA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE: CONCEPTOS CLAVE
- 6.2. LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE
- 6.3. LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD
- 6.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

7. PLANIFICACION ESTRATEGICA.

- 7.1. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- 7.2. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y FUNCIONALES
 - 7.2.1. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (MATRIZ DE ANSOFF)
 - 7.2.2. ESTRATEGIAS FUNCIONALES (ANÁLISIS CAME).
- 7.3. ESTRATEGIAS I+D+i.
- 7.4. COOPERACIÓN EMPRESARIAL.
- 7.5. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN.
- 7.6. PLANES DE ACCIÓN.
 - 7.6.1. OBJETIVOS PRIORITARIOS POR ÁREA
 - 7.6.2. ACCIONES A DESARROLLAR, FECHAS
- 7.7. EL MARCO ESTRATÉGICO REGIONAL RIS 3 EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.