

## GESTION DE EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS

Este curso brinda los conocimientos necesarios para trabajar en unidades económicas de tamaño micro, emprendimientos asociativos, generar su propio negocio si es de pequeña escala o participar con otros/as en el desarrollo de diferentes actividades socio productivas. De acuerdo con las actividades a desarrollar en la práctica real, en el mundo del trabajo, se espera que pueda definir el tipo de negocio de acuerdo con el contexto y sus condiciones personales; planificar su puesta en marcha; efectuar cálculos de costos a través de determinar el “punto de equilibrio del emprendimiento”; utilizar herramientas TICs de uso corriente en su entorno de trabajo; hacer difusión de su propuesta de negocio (“publicidad o marketing”); organizar aspectos centrales del emprendimiento donde trabaje; y que, desde lo actitudinal, incorpore criterios de calidad del servicio de atención al cliente y de solidaridad entre pares, es decir entre otros Gestor de emprendimientos Productivos (la llamada coopetencia, que implica encontrar espacios de asociación básicos como las compras colectivas, la participación en ferias y en entidades empresariales, o en emprendimientos de tipo cooperativo)

### Módulo 1:

Concepto de mercado e investigación aplicada al posicionamiento del proyecto. Emprendimientos como posibilidad de recuperar la cultura del trabajo. Evolución del concepto: Auto empleo, Sector informal, Micro empresa y economía social. La Micro Empresa en la cadena de valor de la economía. El mercado y la posibilidad de segmentar para orientarse al cliente prioritario.

Calculo de costos. Punto de equilibrio como herramienta fundamental. Como uno de los elementos, asociado a lo anímico y motivacional para sostener el emprendimiento. Clasificación de los recursos necesarios para el emprendimiento. Costos directos e indirectos. Costos variables y fijos. Amortización. Activos y pasivos. Estructura de costos del negocio. Balance y Flujo de caja. Marketing o difusión del negocio como estrategia comunicacional de acercamiento al otro (cliente, empleado, socio, inspector). Definición comunicacional de la publicidad.

Análisis de la demanda para identificar posibilidades del negocio. Historia de las publicidades más famosas, estrategias y resultados a través del tiempo. Eventos, rondas de negocios y actividades de comunicación emprendedoras.

### Módulo 2:

Conceptos administrativos y estilos de gestión Stock y controles cruzados. Planillas y base de datos. Teorías de administración aplicada a proyectos escala pequeña. Diagramas y listas de verificación. Modelos de gestión empresarial. Escalas de producción. Delegación de tareas y tipos de supervisión \* Calidad en la producción y el servicio Concepto tradicional de Control de Calidad. La calidad como proceso de mejora continua Los costos de la “no calidad”. Control estadístico de la calidad. El paradigma de la “Calidad Total” Gestión de la calidad. Salud y medio ambiente laboral.

Planificación aplicada a la actividad diaria en el negocio Noción de Ruta crítica. Diagrama Pertt. Gant .Conceptos básicos. Organización del espacio. Diseño del lugar. Cartelería, folletería y difusión a lo interno del negocio. Ventas, control y llenado de planillas. Atención al cliente. Recepción de la demanda. Atención post venta. Buzón de sugerencias.

### Módulo 3:

Conceptos de revisión, monitoreo y evaluación de gestión Comparación de planillas y base de datos. Teorías de administración aplicada a proyectos escala pequeña. Diagramas y listas de verificación.

Análisis de los modelos de gestión empresarial y tipos de liderazgo. Delegación de tareas y formas que adopta la supervisión y que podría adoptar en otra escala de la empresa. \* Evaluar la posibilidad de ampliación del emprendimiento Concepto tradicional de micro, pyme y tipos de empresa. Revisión de la actual y la posible a futuro. Posibilidad de pasar de un tipo de empresa a otra (autónoma, cooperativa, etcétera) Control estadístico y sistematización de lo aprendido. Análisis de las condiciones de salud y medio ambiente en una empresa nueva, eventualmente más grande.

Planificación aplicada a la ampliación y/o diversificación del negocio Ruta crítica. Diagrama Pertt. Gant. Conceptos básicos Redefinición del lugar de trabajo, y formas de comunicación. Evaluación crediticia; posibilidades reales de apropiación de dicha estrategia.