

Tema 12.

EL PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO.

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.

1. PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO.

2. ORGANIZACIÓN DE LA BÚSQUEDA.

2.1. Localización de las ofertas:

2.2. Medios de búsqueda e inserción:

3. FUENTES INFORMACIÓN.

4. SELECCIÓN PERSONAL,

4.1. Participación en el proceso de selección.

4.2. El proceso de selección.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

6. HABILIDAD EMPRENDEDORA,AUTOEMPLEO

6.1. El emprendedor y su idea

6.2. El Plan de Empresa (*business plan*).

6.3. Trámites generales de constitución y de puesta en marcha.

CONCLUSIÓN.

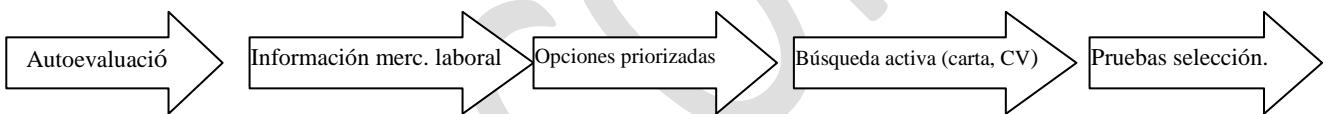
INTRODUCCIÓN:

La versatilidad y el dinamismo de las profesiones, la creciente movilidad y complejidad del Mercado de trabajo, unido a la falta de información exige la ayuda del orientador para encajarse en el puesto que mejor se adapte a sus aptitudes, cualidades e intereses vocacionales. Planificar objetivos guiará su camino, evitando pasos inútiles en Mercado de trabajo ya sea por cuenta ajena como por cuenta propia.

1. EL PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO.

Podemos decir que la búsqueda de empleo es un proceso de planificación y de marketing personal, en el que se trata de vender al candidato en las mejores condiciones posibles. Es un proceso interactivo, ya que requiere una constante retroalimentación y adaptación al entorno, cada vez más dinámico y globalizado, lo que le añade un plus de complejidad, atendiendo tanto a la trascendencia de la decisión, como a la heterogeneidad de variables y agentes que intervienen, y de las opciones posibles de inserción.

PROCESO DE BÚSQUEDA:



1º) Lo primero es analizar la situación en que nos encontramos de un modo realista. La **autoevaluación** se realiza en distintos sentidos:

- ✓ *Las cualidades personales*: valorarlas de forma objetiva y positiva, porque solo así se puede convencer a los demás;
- ✓ *Los intereses personales y vocacionales*: ¿qué me gusta, a donde quiero llegar?
- ✓ *Potencial y competencia profesional*: formación, experiencia, aptitudes, etc.

2º) es necesario analizar el mercado laboral, los nichos de empleo con más posibilidades, en función de nuestro potencial profesional y laboral;

3º) delimitar las *condiciones de trabajo* que consideramos aceptables: localización y distancia de las ofertas, jornada, salario,...

4º) una vez analizada esta información fijamos un *objetivo Profesional* alcanzable y acorde con nuestro potencial, priorizando las diferentes alternativas y pasamos a organizar la búsqueda, ordenando y secuenciando los sucesivos pasos y las acciones.

2. LA ORGANIZACIÓN DE LA BÚSQUEDA.

Para no dar pasos equivocados y optimizar el tiempo, es necesario organizar la búsqueda. Se trata de un proceso de planificación y secuenciación de opciones, prioridades y acciones, que permitan acceder a la información, utilizarla de forma correcta y alcanzar el objetivo deseado

2.1. Localización de las ofertas:

En principio se abren dos vías de búsqueda:

- *Mercado Oculto*: se denomina así a las ofertas de trabajo que no aparecen publicadas, por lo que solo se puede conocer su existencia y acceder a ellas por cauces informales, principalmente a través de la red de contactos personales. Es importante tenerlas en cuenta porque constituyen la mayor parte de los puestos vacantes, sobre todo en empresas pequeñas.

- *Mercado Abierto*: en este caso, las ofertas aparecen por cauces ordinarios (anuncios en medios de comunicación, servicios de empleo, etc.) por lo que son más fácil de conocer y de acceder a ellas, pero según los estudios, no suponen más del 30% de las ofertas de trabajo.

En el caso de oferta de empleo público, debe consultar las publicaciones oficiales de cada administración (BOE, BOJA, Diario Oficial de la UE o Diario Oficial del Ayuntamiento)

Teniendo en cuenta esto, nos preguntaremos *cómo localizar las ofertas y cómo puedo llegar a ellas* (medios de búsqueda e inserción), *dónde puedo informarme* (fuentes de información), etc.

2.2. Medios de búsqueda e inserción:

Son diversos los medios de búsqueda e inserción, y han sufrido una revolución por la extensión de las nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento.

a) Inscribirse en bolsas de empleo de los Servicios Públicos de Empleo (Nacional o autonómico -en Andalucía Servicio Andaluz de Empleo), el COIE de la Universidad, bolsas de diferentes administraciones públicas (en distinto ámbito funcional y territorial), Empresas de Trabajo Temporal, Agencias de colocación sin ánimo de lucro, asociaciones, etc.). Es la vía más fácil (ya que además puede hacerse on line), ya que se limita a la simple inscripción, cumplimentando un breve currículum vitae, y declarando nuestras preferencias de ocupabilidad (puestos, radio de distancia espacial, etc.). Pero puede ser la menos productiva, ya que, aunque los servicios de intermediación laboral han avanzado mucho y hoy son más transparentes, agiles

y versátiles en la comunicación de ofertas de empleo a los demandantes, existe una alta probabilidad de que no contesten y la espera sea inútil. Es importante adecuarse al perfil.

b) **Inscribirse on line** en alguna de las numerosas páginas de empleo existentes en la red. Muchas son públicas (de los organismos antes citados), otras privadas, y a su vez pueden ser genéricas (cualquier tipo de empleo) y otras especializadas para un determinado sector o perfil profesional. Es una vía muy fácil y ágil, pero pueden suponer una pérdida de tiempo si no se seleccionan bien. Para su fiabilidad y utilidad se puede seguir como criterios, el número de visitas, la organización, amplitud y actualización de los contenidos; las ayudas, el asesoramiento y atención al usuario, la posibilidad de recibir ofertas por e-mail o teléfono móvil, etc.

c) **Acceder a un procedimiento de concurso- oposición**, de distintas administraciones, para lo cual habrá que estar al tanto de los plazos y requisitos de la convocatoria: publicación en el boletín oficial (que desde 2009 solo se publica en soporte digital), presentación de la instancia y méritos, preparar el temario y examinarse. La inversión en coste, tiempo y esfuerzo puede ser muy elevada por lo que hay que meditar la decisión.

d) **Búsqueda activa** por nuestra cuenta, lo que a su vez puede hacerse de distintas formas:

- ✓ *auto candidatura*: se trata de presentar directamente nuestra candidatura a una empresa determinada, para un puesto libre o que puede surgir en algún momento. Puede hacerse bien presencialmente o por vía telemática, a través de una carta de presentación, etc.
- ✓ *auto anunciar* se trata de anunciar aquello que ofrecemos (sin que exista a priori un puesto libre e incluso sin concretar a qué empresa), y esperamos que a alguien le interese. Puede utilizar distintos soportes, por ejemplo colgar un anuncio en webs de empleo, prensa, tablones, carteles, correo, e-mail, teléfono, etc.
- ✓ *responder a ofertas existentes* o anuncios publicados en distintos medios, en cuyo caso debemos conocer lo que piden para no perder tiempo.

En cualquiera caso, su **ventaja** es que demuestra interés, e iniciativa, y aunque no respondan en un primer momento pueden archivar nuestro Currículum Vitae y avisarnos después. Su principal inconveniente es el coste de tiempo que implica, por lo que es importante saber que nos ajustamos a las necesidades de la empresa.

e) **Seleccionadores Profesionales**: se trata de agentes especializados que buscan candidatos según un perfil ideal para puestos vacantes en las Empresas usuarias, que suelen acudir a ellas porque no disponen de medios de selección o porque buscan el anonimato (evitando informar de

sus operaciones a la competencia o incómodos enchufes). Debemos conseguir sus direcciones (guías, anuncios, contactos), seleccionar aquellos que se especializan en un sector de interés, enviarle una carta con el currículum vitae (CV), intentar una entrevista (sin ser pesado) y mantenerle actualizado. Hay diferentes tipos de seleccionadores:

- *Head-hunter, cazatalentos*: trabajan sólo por contacto directo y se dirigen a ejecutivos.
- *gabinetes de selección convencionales*: ofertan trabajos en prensa o publicaciones dirigidas a todo tipo personas y puestos. Están teniendo un notable éxito gracias a Internet.
- *gabinetes mixtos*: combinan los anuncios y el contacto directo (suelen tener un tamaño reducido y estar especializados en algún sector económico).

3. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Conjunto de servicios donde de forma organizada, por distintos canales (presencial, páginas web, publicaciones, tablones de anuncios) y con personal competente se ofrece información sobre las oportunidades y posibilidades de los jóvenes para encontrar trabajo. Muchas de ellas, además de información ofrecen servicios adicionales como canales de inserción, gestionan bolsas de empleo, avisan al interesado cuando hay alguna oferta, conciernen prácticas laborales, conceden o tramitan becas o ayudas para iniciativas de autoempleo, etc.

a) Servicio Estatal Público de Empleo o el órgano equivalente en la Comunidad Autónoma (en Andalucía **SAE**): aunque ha perdido su monopolio en la intermediación laboral, lo cierto es que sigue siendo el más genérico e importante, con carácter de servicio público y gratuito. Es necesario inscribirse personalmente como demandante, presentando el DNI, cartilla de la Seguridad Social (si está afiliado) y currículum vitae, y presentarse periódicamente para renovar la demanda, actualizar datos, o cuando dicho organismo le cite. Tiene la **ventaja** de ofrecer distintos servicios: inscripción en bolsa de trabajo, acceso a ofertas (avisa con un **sms**) así como a prácticas y programas nacionales e intracomunitarios, orientación profesional, cursos formativos, información y ayuda al autoempleo, además de becas y prestaciones.

b) COIE (Centro de Orientación, Información y Empleo de la Universidad: informa, orienta, asesora, gestiona bolsas de empleo, prácticas, becas, etc. específicas para sus titulados.

c) Colegios Profesionales: agrupa a individuos de una misma profesión. Ofrece información, orientación, servicio de publicaciones, asistencia jurídica, cursos formativos y bolsas de empleo

(colegiarse exige pagar una cuota, siendo en algún caso obligatorio para ejercer la profesión, mientras que otras es solo voluntaria).

d) Cámara de Comercio e Industria: facilita formación e información de empresas del sector.

e) Consultor y Empresas de Selección: gestionan bolsas y ofertas al servicio de las empresas usuarias.

f) Administraciones y Organismos Públicos, en sentido amplio (Estatal, CCAA, Local, Unión Europea, Organismos Internacionales). Gestionan bolsas de empleo, cursos, programas, becas, etc. en sus respectivos Boletines Oficiales.

g) Sindicatos: sin necesidad de estar afiliados: informan sobre empleos e iniciativa de autoempleo, imparten cursos formativos, asesoría jurídica, etc.)

h) Organizaciones de Empresarios: agrupa empresas de un mismo sector y como tal ofrecen información sobre ellas, cambios en las cualificaciones, publicaciones, así como formación.

j) Prensa diaria y revistas especializadas: publican Ofertas y Demandas de trabajo, información de Empresas, trabajos más demandados, anuncios de cursos de formación, información económica, etc.

k) Guías Profesionales: recogen las direcciones y los teléfonos de empresas (páginas amarillas, QDQ...)

l) Contactos personales (amigos, conocidos). El boca a boca sigue siendo una de las principales vías, que conviene tener en cuenta. Se debe informar de que se busca trabajo, elaborar una lista de personas útiles, buscar haciendo uso de las recomendaciones (sin ser demasiado insistente), etc.

m) Empresas de Trabajo Temporal: contratan trabajadores para cederlos temporalmente a empresas usuarias. Podemos acceder a sus ofertas o presentarnos directamente.

n) Agencias de colocación sin ánimo de lucro: se trata de entidades privadas de intermediación laboral, que trabajan con el público en general, pero especialmente con colectivos que tienen mayores dificultades de inserción.

m) Empresas: Muchas no anuncian sus ofertas en otros organismos y si se quiere trabajar en ellas es inevitable acudir a su propio **Departamento de personal** de forma presencial, por carta, email, o teléfono.

Nuevamente conviene decir que Internet ha revolucionado el acceso a estas y su modo de abordar la transición a la vida activa.

4. PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.

4.1. Participación en el proceso de selección.

Una vez seleccionadas las ofertas de empleo se trata de entrar en el proceso de selección, para lo que se aconseja entregar la siguiente información:

a) Carta de presentación:

Es la carta que se envía a la empresa junto al CV, bien como medio de autopresentación o bien en respuesta a una oferta empleo, tratando de dar buena imagen, y lograr entrar en el proceso de selección. Se dirige al Director de Personal o al encargado del proceso selección:

La Estructura que sigue es la siguiente:

- 1º) oferta o convocatoria a la que opta, precisando dónde tuvimos noticia de ella.
- 2º) resumen de inquietudes y cualidades profesionales y personales como candidato ideal,
- 3º) se solicita entrar en el proceso de selección y acceder a una entrevista.
- 4º) despedida. (*en una de las esquinas inferiores ponemos *se adjunta CV*).

Conviene enviar originales, a máquina u ordenador (salvo que la empresa lo pida a mano, en cuyo caso debe esmerarse en la caligrafía) y deben cuidar la ortografía, la presentación y la redacción, con un texto breve y concreto, ya que se trata de captar la atención del destinatario, y causar buena imagen sobre alguien que no sabe nada de nosotros.

b) Curriculum Vitae:

Es el documento que recopila la información académica, profesional y personal del candidato. Para su correcta presentación, debe cuidar los mismos aspectos que la carta, resaltando los datos más importantes y positivos. Conviene adaptar el CV a cada oferta (tipo de empresa y requisitos de cada puesto) y no enviar una foto salvo que se pida.

Aunque el contenido es similar, varía la forma de ordenarlo, lo que da lugar a distintos tipos:

a) Cronológico: ordenado por fechas, que a su vez puede ser *directo* (desde los más antiguos a los más recientes) o *inverso* (colocando antes los inmediatos).

b) Funcional: prescinde de las fechas, agrupa actividades por temáticas en bloques independientes (ej. formación en temas específicos, experiencia en un sector o tarea concretos, trabajo en equipo). Facilita el trabajo al seleccionador de RRHH, que puede ir a lo que más le interesa, pero exige tener un amplio currículum.

c) Estándar: es un CV tipo válido para distintas empresas y puestos, por lo que resulta ideal para promocionar la auto candidatura.

En los últimos años, gracias a las TIC, e impulsados por la necesidad de añadir valor muchos aspirantes deciden elaborar un **Videocurrículum**, una forma original de despertar la atención del responsable de Recursos Humanos, aportando una información adicional.

Suele guardar la siguiente estructura:

1. Datos personales: nombre y apellidos, fecha nacimiento, dirección y Código Postal, teléfono, correo electrónico, fax, etc.
2. Datos de Formación: precisando la fecha de inicio y de fin, número de horas o de créditos, Centro en que se cursó y (si es buena) nota media o grado de dominio.

- *Formación académica reglada* (títulos de validez oficial emitidos por entidades académicas homologadas), precisando: el título, fecha de inicio y de obtención, entidad académica, lugar, principales materias o capacidades ocupacionales cursadas, nota media –en su caso– y nivel alcanzado en la clasificación nacional (si procede).

- *Formación complementaria* (cursos, idiomas, seminarios, etc.)

3. Experiencia Profesional: precisando los siguientes datos:

- Empresa donde trabajó, puesto ocupado, funciones, responsabilidad, categoría y duración.
- Prácticas en Formación en Centros de Trabajo de ciclos de formación profesional.
- *Referencias*, si son significativas y buenas (no las de familiares o fuentes no seguras).

4. Otros datos: Permiso de conducción, coche propio, disponibilidad horaria o para viajar (las aficiones solo se indican si son relevantes para el puesto al que aspira).

Europass es el currículum de la UE y consta de 2 documentos:



A) Curriculum Vitae tipo, e incluye (además de los datos descritos de todo CV) un apartado para capacidades y aptitudes personales adquiridas a lo largo de la vida y la carrera educativa y profesional, pero no necesariamente avaladas por certificados y diplomas oficiales.

- Organizativas: Ej., coordinación y administración de personas, presupuestos, proyectos, etc. ya sea en el trabajo, en labores de voluntariado (cultura, deporte), en el hogar, etc.
- Sociales: Vivir y trabajar con otras personas, en entornos multiculturales, en puestos donde la comunicación es importante y en situaciones donde el trabajo en equipo resulta esencial (por ejemplo, cultura y deportes), etc. (*describirlas e indicar dónde se adquirieron*)
- Técnicas: Con ordenadores, tipos específicos de equipos, maquinaria, etc.
- Artísticas: Música, escritura, diseño, etc.
- Legua materna y otras lenguas, precisando el nivel (excelente, bueno, básico) de lectura, escritura, expresión oral.
- Otras capacidades y aptitudes no citadas anteriormente (cualquier información que se considere importante, como personas de contacto, referencias, etc.)

Se debe enumerar los documentos anexos que compaña.



B) Pasaporte de Lenguas Europass: en el que se pide para cada una de los idiomas que se domina una autoevaluación de la capacidad lingüística (comprensión auditiva y lectora, interacción y expresión oral y escritura); título o certificado, experiencia lingüística y posición en alguno de los niveles europeos (*A1, A2, B1, B2, C1, C2*) (*acompañando una tabla de auto evaluación*)

Gracias a este formato similar en todos los países miembros, se facilita la movilidad por el mercado laboral europeo (algo factible por la progresiva homologación de las titulaciones)

4.2. El proceso de selección.

Es el proceso por el que la empresa elige a sus empleados a través de procedimientos objetivos y a lo largo de distintas fases, que comienza desde el momento en que se decide contratar.

1º: Análisis y descripción de puestos: se trata de precisar (se refleja en el *organigrama*):

- ✓ nombre del puesto, categoría profesional y nivel que ocupa en el *organigrama*.
- ✓ localización geográfica y funcional (departamento, división, turno, planta),
- ✓ funciones y actividades a desempeñar; responsabilidad (acciones y desempeño esperados),
- ✓ derechos, deberes y condiciones de trabajo (salariales, riesgos profesionales, horario, etc.).

2º: Especificación del puesto, capacidad, actitud, actividades y conocimientos básicos que determinan el **perfil del candidato** que se refleja en un **profesiograma**.

3º: Captación y reclutamiento de candidatos.

Para ello la empresa puede utilizar dos tipos de **fuentes**:

A) Internas: sucesión (de otro trabajador) o promoción para vacantes de nueva creación. Puede ser por antigüedad, por oposición o por concurso de méritos.

B) Externas: Cuando no basta con la promoción interna (lo más normal ante un crecimiento o expansión) es necesario recurrir a fuentes externas, a través de un proceso complejo y costoso, bien por el área de personal o por seleccionadores especializados (empresas, cazatalentos):

1. Publicación de la oferta (en oficina de empleo, prensa, etc.);
2. Preselección de aspirantes, a partir del Currículu (*suelen quedar unos 15 por puesto*).
3. Realización de pruebas (prácticas laborales, test de personalidad, de inteligencia, de aptitudes, dinámicas grupales, etc.).
4. Realización de entrevistas por un experto en psicología, el jefe de Recursos Humanos o el jefe lineal, que será quien tome la decisión final (*a veces se realiza un informe médico*).
5. Tras la *contratación*, se produce su incorporación y acogida y un seguimiento posterior.

El éxito depende del mercado de trabajo y de la habilidad de los especialistas en personal. También pueden atraer a la organización a los empleados de otras compañías.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

En el proceso de selección el candidato es sometido a diversas pruebas de evaluación:

1. **Cuestionarios:** listado de preguntas de respuesta corta (abiertas o cerradas) con distinto contenido (conocimientos, cultura general, etc.)
2. **Exámenes teóricos y profesionales y ejercicios de simulación** en los que debe poner en práctica sus conocimientos y capacidad profesional (ej. en oposiciones)
3. **Test:** son pruebas tipificadas con valor de diagnóstico. cuya corrección exige en muchos casos conocimientos en psicología. Se cuestionan por su falta de fiabilidad y porque invaden la intimidad, pero siguen siendo una prueba exacta y válida que elimina el factor subjetivo. Los tipos de test más conocidos son:

- a) Test de intereses y motivaciones:** saber los aspectos que impulsan y satisfacen al individuo puede ser de utilidad para la propia selección como en la política de incentivos.
- b) Test de inteligencia general o específica:** capacidad intelectual deductiva (*silogismo*) e inductiva (*analogía*). Los más usuales son los de dominó (*D-48* y *D-70*, series lógicas (completar series de figuras, números o palabras), etc. Actualmente se habla también de I. emocional (**Goleman**)).
- c) Test de personalidad:** la estabilidad emocional, seguridad, iniciativa, sociabilidad, etc. pueden ser tan importante como la formación especialmente en la selección de puestos directivos. Los más conocidos son T. *factoriales* (preguntas sobre factores de interés), *de evocación* (recuerdo), *expresivos* y *proyectivos* (interpretar dibujos, manchas de tinta, fotografías, frases incompletas).
- d) Test de Aptitud:** *verbal* (comprensión, fluidez), *numérica* (matemática), *perceptiva* (atención), *espacial* (relación objetos), *mecánica* (manual), etc.

4. Entrevista personal: se trata de una conversación directa e interactiva, entre el candidato y el encargado de Recursos Humanos, que contrasta y completa la información obtenida en el CV (personal académica y profesional) viendo si encaja en perfil exigido, además de informarle sobre las condiciones de trabajo del puesto, características de la empresa, sector o entorno (si es de fuera). La entrevista puede ser:

- *estructurada* (con un guion de preguntas) o *libre* (abierta),
- *individual* (con un solo candidato) o grupal (se propone un tema y deja a los aspirantes debatir, viendo su personalidad, más que sus conocimientos).

En cualquier caso, para su efectividad se deben cuidar algunos aspectos:

- el entrevistador debe mostrar una actitud de respeto y discreción, preguntando solo aquello que sea relevante para el puesto, atendiendo sus respuestas con empatía y asertividad.
- el candidato debe acudir solo y ser puntual, y cuidar su aspecto (aseo, ropa apropiada). Durante la entrevista debe mostrar una actitud activa, positiva y tolerante; cuidar el tiempo en las respuestas y el lenguaje, tanto verbal (sin ser rebuscado pero tampoco vulgar, evitando el uso de “coletillas”), como no verbal (mirar a los ojos sin intimidar, guardar la distancia física, moderar los gestos, evitando los tics nerviosos, etc.). Debe ser claro, convincente y sincero (*evitar los temas políticos o éticos- morales, pero si surgen se aconseja responder que con naturalidad que ello no es relevante para el puesto*), con humildad pero sin complejos y sin demostrar vulnerabilidad u

obsesión por el dinero o el empleo. Al terminar le hará ver que conoce y reúne los requisitos y despedirse educadamente, sin familiaridades..

5. Otras técnicas: la **grafología** (analiza la escritura) o la **dinámica de grupos** (un número variable de candidatos debaten o se someten a pruebas con diferente contenido en presencia de un experto), que suelen reducirse a la selección de candidatos alta cualificación, y especialmente para la selección de directivos.

6. Pruebas físicas y médicas: que serán obligatorias en el acceso a puestos de riesgo.

6. LA HABILIDAD EMPRENDEDORA Y EL AUTOEMPLEO.

6.1. El emprendedor y su idea de negocio

Una alternativa a la búsqueda de empleo es crear un negocio propio, una idea arriesgada pero que puede ser gratificante: especialmente cuando se quiere desarrollar la vocación o formación adquirida, pero arriesgada, por lo que es un error afrontarla como simple salida cuando no se encuentra empleo, ya que necesita capacidad **emprendedora**, que podríamos identificar con:

- Autoconfianza, afán de autorrealización, motivación, ilusión en un proyecto personal.
- Creatividad, iniciativa, innovación, apertura a nuevas ideas anticipar oportunidades.
- Arroparse en un buen equipo, cooperar y dirigir, delegando, motivando, etc.
- Coordinar medios económicos, humanos y materiales con visión de conjunto.
- Capacidad de trabajo, constancia, responsabilidad, prudencia.
- Capacidad de visión a largo plazo, de tomar decisiones y de asumir riesgos.
- Conocimientos técnicos sobre el negocio y sobre marketing, finanzas y gestión.

El punto de partida de todo proyecto es la **idea de negocio**, para lo que es necesario que exista un mercado, una necesidad insatisfecha, que podremos atender añadiendo valor. Algunas personas son más creativas a la hora de generar ideas, pero cualquiera puede tenerla si busca información (en asociaciones, administraciones, en la web) o simplemente sabe observar su entorno. Son variadas las **fuentes de ideas de negocio**, como por ejemplo:

- ✓ Aplicar los conocimientos adquiridos por formación o experiencia laboral.
- ✓ Explotar un producto innovador que se posee (patente) y puede generar mercado o nuevos usos o variantes de productos existentes permiten ampliar sus mercados.
- ✓ Aplicar las nuevas tecnologías a las empresas y los ciudadanos (ej. *diseñadores de webs, etc.*)

- ✓ Repetir experiencias exitosas ajenas, o ideas de otros países que pueden trasladarse
- ✓ Cambio legal que fomenta un sector (*ej. energías renovables, prevención de riesgos, auditores*); o privatiza un servicio público, abriendo un nicho de mercado (*ej. sanidad, búsqueda de empleo*)
- ✓ Por azar (en un viaje, conversación) o de los errores y problemas, cuya solución puede ser una idea de negocio. (*Ej. la idea de las tarjetas de crédito nació cuando F. McNamara, fue a pagar la factura y vio que había perdido la billetera*). Por ello las crisis son un catalizador del cambio.
- ✓ Cambio **demográfico y social** que genera nuevas necesidades e ideas de negocio: *nivel cultural, ocio y tiempo libre, esperanza de vida, nuevas formas de vida*, etc.

En cualquier caso, su puesta en marcha exige un serio proyecto, contar con los recursos necesarios y asumir importantes riesgos, por lo que antes de aventurarnos hay que estudiar la posibilidad de éxito. ¿Cuento con la capacidad y recursos necesarios? ¿Es viable técnica y económicamente? Es el primer paso y debe ser original, responder necesidades futuras o actualmente insatisfechas, nuevos conocimientos y tecnologías, etc...). Pero antes de aventurarnos es debemos estudiar las posibilidades de éxito. ¿Es una idea realista? ¿Se está en condiciones de acometerla? ¿Es viable desde el punto de vista técnico y económico?

6.2 El Plan de Negocio o empresa (*business plan*):

Documento que refleja el contenido del proyecto que se pretende poner en marcha (desde la definición de la idea hasta la forma concreta de llevarla a la práctica) por lo que se trata de una herramienta idónea, tanto para analizando el desarrollo de la actividad empresarial, comparando previsiones y resultados, como para presentarlo ante posibles socios o solicitar ayuda o apoyo ante entidades financieras u organismos públicos demostrando el rigor y la profesionalidad del promotor. Por ello debe cuidar la claridad y la presentación, siguiendo el siguiente esquema:

1.- Presentación de la empresa y del proyecto empresarial:

- ✓ Nombre de empresa, datos básicos de localización, forma legal, página web, etc.
- ✓ Características generales del proyecto, justificación de la idea y objetivos.

2. Presentación del promotor/es: datos personales, formación y experiencia profesional así como aquellas características de éstos relevantes para el proyecto (adjuntando CV).

3.- Descripción general de la actividad: producto o el servicio y necesidad social que satisface.

3. Dimensión capacidad productiva y tamaño de las instalaciones.

4. Localización: *sede social y centro de trabajo*, atendiendo al coste del suelo, proximidad a los factores productivos, a los proveedores y a los canales de distribución o al mercado, necesidad de eliminar residuos o proteger espacios naturales o culturales, etc. Puede ser una compra, alquiler o cesión gratuita o a bajo coste (ej. viveros de empresa).

4. Plan de Marketing: tras un previo análisis del sector en el que se inserta el futuro negocio (grado de competencia, barreras de entrada, etc.) y del mercado al que se dirige (segmentación de clientes, previsión de ventas, cuota de mercado, etc.), se define la estrategia competitiva (*preferentemente por diferenciación ya que al iniciales no puede competir en precios bajos*) y las políticas de producto, precio, distribución y comunicación (promoción, publicidad, técnicas de ventas, etc.)

5. Plan Técnico de Producción: descripción del producto, sistema y proceso de producción, tecnología, equipos necesarios (materiales y humanos), gestión aprovisionamiento, etc.

6. Plan de Recursos Humanos: en el caso de contratar a trabajadores debe detallar los *puestos de trabajo*, distribuidos por categorías y niveles de responsabilidad; *perfiles profesionales* (conocimientos, experiencia), proceso de selección y formas de contratación, etc.

7. Plan Económico – Financiero, con diferentes apartados: *Plan de inversiones*, *Plan de Ingresos y Gastos*, *Plan de Tesorería* (cobro- pago) y *Plan de financiación*. Las principales fuentes son:

a) Financiación externa: se debe devolver (salvo las posibles donaciones o subvenciones, que no exigen devolución) junto con los intereses, en las condiciones pactadas:

- Banca Comercial: ofrece líneas de crédito blando a PYMES (*convenios con Administración*).
- El Leasing: arrendamiento financiero de un bien con opción de compra a su fin.
- Las Sociedades de Garantía Recíproca avalan a PYMES para acceder a financiación.
- Banca Pública: Instituto de Crédito Oficial (ICO), Banco Europeo de Inversiones.
- Ayudas Públicas, préstamos sin intereses o a tipos bajos, subvenciones directas o bonificaciones fiscales y sociales condicionadas a unos requisitos.

b) Financiación por recursos propios (no a devolver), con diferentes posibilidades:

- Capital aportado por el promotor o los socios (en caso de sociedades)
- Solicitar al Servicio Público de Empleo el montante en una sola entrega de la prestación por desempleo cuando lo utilice para trabajar por cuenta propia.
- crowdfunding, o micromecenazgo: red de pequeñas aportaciones de personas que financian esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones, generalmente para conseguir dinero u otros recursos, donde se suele utilizar Internet para

➤ El capital riesgo: son inversores temporales que financian PYMES. Internet aloja sitios donde cualquiera, con cualquier aportación, puede cofinanciar distintos proyectos.

8. Elección de la Forma Jurídica, para lo que debe analizarse aspectos como:

- a) *Actividad:* la ley exige una forma para algunas (*ej. sociedades de crédito hipotecario serán SA*).
- b) *Número de promotores:* algunas exigen un mínimo de socios.
- c) *Responsabilidad* (muy importante): limitada al capital aportado (*S.L, SA y Cooperativas*) o ilimitada (*ej. Individual, comunidades de bienes y S. Civil*) arriesgando el patrimonio personal.
- d) *Requisitos de constitución y gestión y cuantía del capital social:* las S. Mercantiles exigen capital inicial mínimo, escritura pública ante notario e inscripción en el Registro Mercantil.
- e) *Obligaciones formales, fiscales y de Seguridad Social:* más complejas en la sociedad.

Las Formas Jurídicas principales son:

- 1) *Empresa Individual* (Persona Física)
- 2) *Sociedades Civiles:* varios socios que a su vez pueden darle escritura pública (*SC Públicas*) o no (*Privadas o comunidad de bienes*), quedando sin personalidad jurídica.
- 3) *Sociedades Mercantiles* (Persona Jurídica), se constituyen por escritura Pública e inscripción en Registro Mercantil. Pueden ser, según la relevancia de la condición personal del socio:
 - a) *Personalista:* Soc. Colectiva y Soc. Comanditaria
 - b) *Capitalista:* S. de Responsabilidad Limitada, S. Limitada nueva empresa, S. Anónima, S. Laboral y Cooperativa.

9. Secuenciación de trámites de constitución y puesta en marcha.

5.4. Trámites de constitución y funcionamiento:

■ Si se trata de un empresario individual no exige ningún trámite pero si se optó por una Sociedad Mercantil, es necesario cumplir unos trámites para adquirir personalidad jurídica:

- a) *Certificación negativa nominal:* acredita que no existe otra Sociedad con el mismo nombre.
- b) *Autorización administrativa:* de los estatutos de las S. Lab. y Cooperativas.
- c) *Escritura pública* de estatutos ante notario.

- d) Pagar el *Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados*.
- e) *Inscripción en el Registro mercantil* (y registros especiales si es Cooperativa o S. Laboral).

✚ Otros trámites son necesarios para comenzar la actividad:

1) Trámites Laborales, ante las oficinas de la Seguridad Social

- a) *Alta* del empresario persona física (opcional en Cooperativas) *en el Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social* en los 30 días siguientes al alta en el IAE. Obtiene un nº y cuenta identificativos para sus propias cotizaciones y prestaciones.
- b) *Comunicar la apertura del centro de trabajo* en los 30 días naturales siguientes al inicio.
- c) Todo el que contrate trabajadores debe efectuar antes del comienzo de actividad:
 - *Inscripción de la Empresa* precisando la cobertura de AT y EP (Mutua o INSS): *la TGSS asigna un número y una cuenta de cotización para toda la vida y todo el territorio nacional*.
 - *Previamente* al inicio de actividad debe realizar el *Alta del trabajador y afiliarle* si presta servicios por primera vez (*La TGSS asigna un nº válido para todo el territorio y toda la vida*).
 - *Bajas y variaciones de datos*, cada vez que se produzcan, en los 6 días siguientes.

2) Fiscales, ante las oficinas de la agencia tributaria (con efectos censales):

- *Declaración censal* (036), y adquisición del NIF o *Código de Identificación Fiscal*.
- *Alta en el Impuesto de Actividades Económicas*.

3) Otros Trámites: legalizar en el Registro Mercantil los Libros Contables (*L. diario, Mayor,...*) y fiscales (*L. de inventarios y cuentas anuales, L. de facturas emitidas y recibidas*); y tramitar las pertinentes Licencias y tasas Municipales.

CONCLUSIÓN:

Aunque la formación y la ilusión son imprescindibles para abordar la transición a la vida activa y embarcarse en el proyecto profesional, no es suficiente para garantizar el éxito. El dinamismo de las cualificaciones, las crecientes exigencias de formación, la proliferación de fuentes de información y de intermediación laboral, etc. sitúen al individuo en una situación de incertidumbre e inestabilidad. Son muchos los esfuerzos y recursos invertidos como para equivocarse y lamentablemente son muchas las amenazas que hacen fracasar el proyecto. En la Sociedad del conocimiento y de la información, estos son sus mejores aliados para errar en la búsqueda.