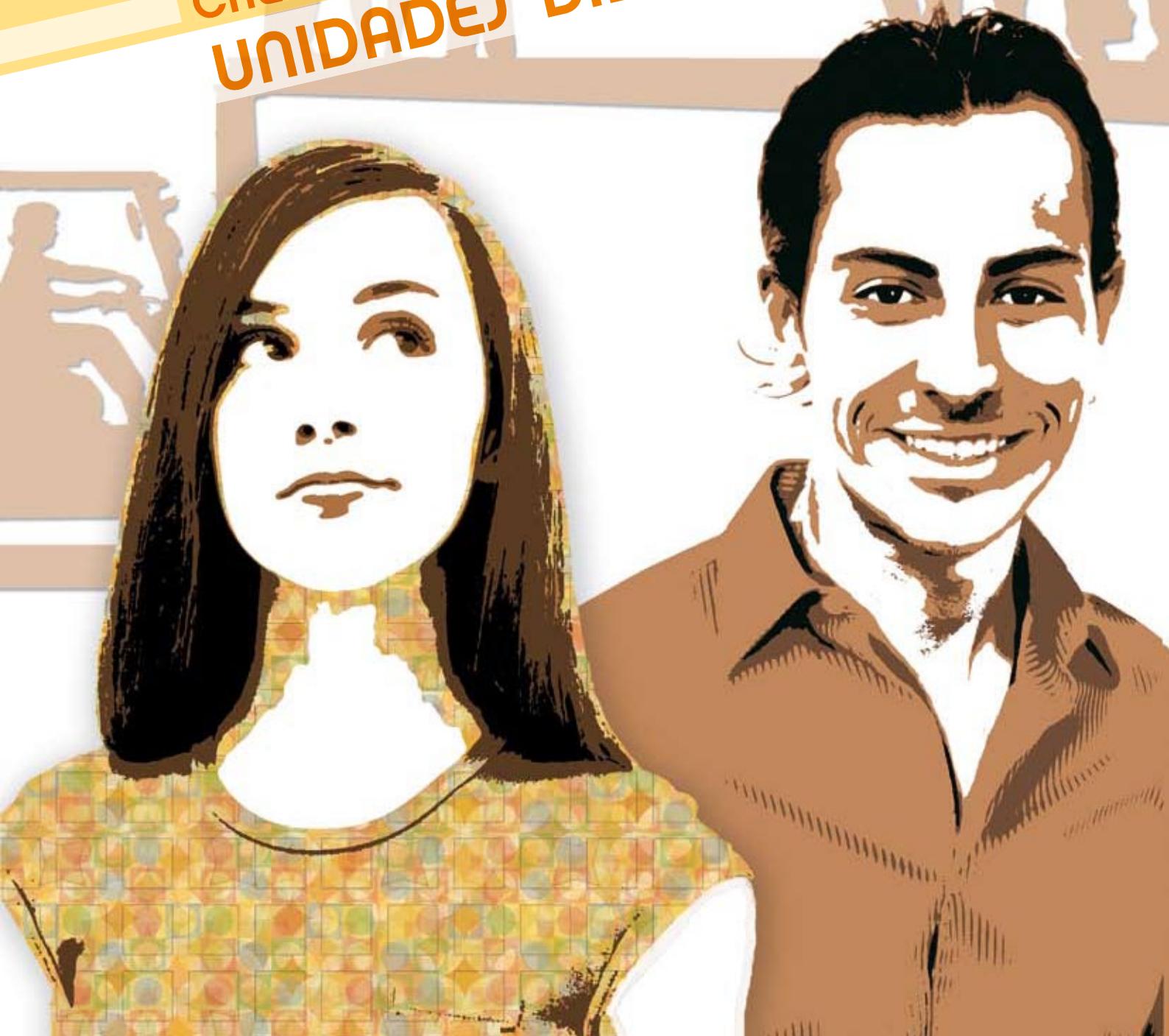


**CREANDO EMPRESA  
UNIDADES DIDÁCTICAS**





# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
--------------------------	----------

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. Pensando en nuestro proyecto de empresa 17**

1. Introducción .....	19
2. La persona emprendedora .....	22
3. La idea de negocio .....	26
4. Yacimientos de empleo .....	33
5. Creación de la empresa .....	36
6. Características básicas de las formas jurídicas .....	37
7. Elección de la forma jurídica .....	46
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	48

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. Herramientas de comunicación ..... 51**

1. Introducción .....	53
2. La comunicación .....	54
3. Barreras y dificultades en la comunicación .....	56
4. ¿Cómo reducir las dificultades de comunicación? .....	60
5. Herramientas de comunicación .....	61
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	70

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. Organizamos el trabajo ..... 73**

1. Introducción .....	75
2. Organizando el trabajo.....	75
3. Trabajando en equipo.....	76
4. Los departamentos .....	77
5. El organigrama .....	78
6. Los miembros de la empresa. Las personas .....	79
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	85

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 4. Dirigiendo nuestra empresa .....</b>	<b>87</b>
1. Planificación .....	89
2. Organización .....	92
3. Toma de decisiones .....	94
4. Control .....	94
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	96
<b>UNIDAD DIDÁCTICA 5. Fuentes de financiación .....</b>	<b>97</b>
1. Introducción .....	99
2. Clasificación .....	99
3. Fuentes de financiación en función de su titularidad .....	100
3.1. Propias .....	100
3.2. Ajenas .....	102
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	109
<b>Unidad didáctica 6. Departamento de producción .....</b>	<b>111</b>
1. Introducción .....	113
2. Función de producción .....	114
2.1. Proceso de transformación .....	114
2.2. Factores que afectan a la producción .....	115
3. El producto o bien .....	116
4. Envase y embalaje .....	117
5. Etiquetado .....	118
6. La marca .....	119
7. Garantía .....	120
8. Proceso de fabricación .....	120
8.1. Producción por montaje .....	121
8.2. Producción sobre pedido .....	122
8.3. Almacenaje .....	122
8.4. Normas de seguridad y salud .....	123

9. Gestión de las compras .....	125
9.1. Tipos de gestión .....	125
9.2. Relaciones con proveedores .....	127
9.3. Técnicas de compras .....	127
10. Costes de producción .....	128
11. Determinación del precio .....	130
11.1. Clasificación de los precios .....	130
11.2. Factores que afectan al precio .....	132
11.3. Adaptación del precio .....	132
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	134

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. Un poco de Marketing ..... 137**

1. Introducción .....	139
2. Investigando nuestro mercado .....	140
2.1. Investigación preliminar .....	141
2.2. Nuestro plan de investigación .....	143
3. Diseñando nuestro producto, pensando en una marca y un logotipo .....	147
3.1. El producto .....	147
3.2. La marca .....	148
3.3. Necesitamos un logo .....	149
3.4. El envase .....	149
3.5. El embalaje .....	150
3.6. La etiqueta .....	150
4. Precio: ¿cuánto valen nuestros productos? .....	151
5. ¿Cómo vamos a distribuir nuestro producto? .....	152
6. Publicidad .....	154
6.1. Nuestro plan de lanzamiento, dándonos a conocer .....	155
7. Diseño del punto de venta .....	158
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	161

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 8. Administrando nuestro dinero .....</b>	<b>163</b>
1. Administrando nuestro dinero .....	165
1.1. El valor del dinero .....	166
1.2. ¿Dónde puede estar el dinero que necesitamos para nuestra empresa? .....	167
1.3. ¿Cuánto dinero necesitamos? Elaborando un presupuesto .....	167
2. Haciendo planes y previsiones .....	168
2.1. Plan de inversiones .....	169
2.2. Presupuesto mensual .....	170
2.3. Plan financiero .....	171
2.4. Previsiones de ventas .....	171
2.5. Cuenta de resultados .....	173
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	176
<b>UNIDAD DIDÁCTICA 9. Departamento de Recursos Humanos ..</b>	<b>179</b>
1. Funciones del departamento de recursos humanos: .....	182
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	199
<b>UNIDAD DIDÁCTICA 10. Elaborando mi plan de empresa.....</b>	<b>201</b>
1. Plan de empresa .....	205
Glosario/Bibliografía/ Webgrafía .....	213

# ÍNDICE ANEXOS

## **ANEXO 1. Trámites necesarios para la constitución de una empresa 217**

1. Trámites necesarios para la constitución de una empresa .....	217
2. Trámites en tu ayuntamiento .....	222

## **ANEXO 2. Guadalis, sociedad cooperativa andaluza 225**

1. Reflexión .....	227
2. Emprender y mantener .....	228

## **ANEXO 3. El banco del tiempo 229**

## **ANEXO 4. Tramites administrativos 231**

1. Proceso administrativo de la compraventa .....	232
1.1. Aprovisionamiento .....	232
2. Vendemos nuestros productos ¿qué documentos tenemos que conocer?	236
2.1. El pedido .....	236
3. Pagamos nuestras facturas .....	244



# INTRODUCCIÓN

La Consejería de Educación de la Junta de Andalucía a través de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente dentro de la filosofía del aprendizaje a lo largo de la vida ha diseñado un plan titulado *Educando para emprender*, que a su vez cuenta con varios programas o acciones dirigidos a los diferentes niveles educativos, uno de ellos es *Creando Empresa*.

Este programa está diseñado y pensado tanto para las personas adultas que asisten a los centros de educación permanente, en su mayoría mujeres, y también para otros colectivos que deseamos que asistan gracias a la ampliación y variedad de las nuevas propuestas educativas. No es necesario que el alumnado tenga conocimientos previos en ninguna de las áreas que se proponen en este material didáctico. Las tareas planteadas dentro de este manual tienen la finalidad de promover actitudes y competencias emprendedoras necesarias en cualquier ámbito de la vida, desde la toma de decisiones, al trabajo en equipo, la capacidad de organización y planificación, creatividad...

Son muchos los retos que surgen en la construcción de la nueva Europa, uno de los planteados dentro del marco comunitario no es sólo la satisfacción y mejora de la vida de la ciudadanía europea sino que antes del 2010 la Unión Europea ha de tener una economía basada en el conocimiento que posibilite de forma sostenible y solidaria la presencia de mejores empleos que produzcan una mayor cohesión social, tal y como fue recogido en la Estrategia de Lisboa en el año 2001.

Una de las formas de lograr estos objetivos es tener en cuenta que el capital humano es un gran recurso y que una de las cuestiones debe ser el reconocimiento de competencias y validación de saberes junto con los mecanismos de control suficiente que sean garantía de calidad. La clave está en la formación y en el aprendizaje con un enfoque nuevo que integre formación general y profesional en el campo de la educación de personas adultas.

Este nuevo plan tiene su punto de partida en la necesidad de *aprender para emprender e innovar*.

**PALABRAS CLAVES:** Emprender, recrear, flexibilidad, conciliación, validación, no-formal, reconocimiento, conocer, inventar, orientar, informar, mejorar, educar, valores, calidad, éxito, evaluación, TIC...

**FINALIDAD:** Crear un programa educativo no-formal que facilite herramientas y capacidades a las personas adultas para emprender solidariamente y con éxito proyectos dentro del mundo de la empresa de forma cualificada y competente, a la vez que posibilite el reconocimiento de competencias y la validación de otros saberes adquiridos a lo largo de la vida.

**OBJETIVOS:**

- 1 Fomentar la cultura emprendedora y solidaria.
- 2 Capacitar a las personas adultas en una nueva formación profesional ajena a los planes formales.
- 3 Generar procesos de visibilidad de la modalidad de Educación Permanente.
- 4 Dar la formación, herramientas y recursos necesarios para emprender un proyecto empresarial de pequeña escala.
- 5 Reconocer valores y competencias en el alumnado adulto.
- 6 Desarrollar habilidades personales.
- 7 Crear procesos de autoestima.
- 8 Promover el trabajo en equipo.
- 9 Dar instrumentos y conocimientos para posibilitar la inserción laboral del alumnado adulto, especialmente de mujeres y personas desfavorecidas.
- 10 Iniciar la alfabetización informática familiarizando a las personas adultas con las TIC.
- 11 Iniciar nuevos caminos en la educación permanente y a lo largo de la vida.
- 12 Contribuir al equilibrio social.
- 13 Posibilitar mejoras de la economía de la sociedad andaluza, por tanto española y europea.

**DESTINATARIOS/AS:** Las personas destinatarias de este programa son esencialmente hombres y mujeres adultos y en la medida de las posibilidades dependiendo de la realidad de cada centro implicado se recomienda estén incluidos en la horquilla de edad que comprende desde los 25 a los 60 años.

El plan también pretende ser útil facilitando la presencia en las aulas de mujeres y hombres jóvenes con posibilidades educativas y laborales en su futuro próximo, sin olvidar a los grupos de jóvenes estudiantes de ESA, colectivos de extranjeros e inmigrantes, etc.

**ORIENTACIONES METODOLÓGICAS:** La propuesta de trabajo consta de 9 unidades divididas en tres grandes bloques didácticos más una última de carácter práctico que además sirve de colofón *Elaborando un plan de empresa*. Se acompañan de un cd-rom, un cuaderno de actividades y de un dvd con historias de personas emprendedoras y solidarias en Andalucía.

Se trata de un trabajo práctico donde la teoría debe ser el fundamento y excusa para ensayar la creación de nuestra propia empresa de autoempleo o pequeño formato.

La docencia-disciplina debe conjugar el trabajo individual y el trabajo en equipo de manera que formemos y afianzemos el grupo como modelo de funcionamiento.

En un primer momento los ejercicios individuales tendrán una mayor presencia para ir dando paso a los realizados en grupo, consiguiendo así ir afirmando y consolidando los equipos posibilitando **el principio de confianza** necesario y fundamental en la cultura emprendedora.

Como en toda línea de educación de personas adultas sugerimos guíños y estrategias que nos ayuden a conseguir los fines formulados en el trabajo diario en el aula.

Las bases metodológicas que animan este proyecto cuentan con el **diálogo** y la **participación** como prácticas imprescindibles, trabajando los procesos educativos desde la **investigación-acción**.

El **proceso** debe de ser **pactado** con cada persona, con cada clase y que además tendrán capacidad para modificar las líneas de trabajo que no consideren oportunas.

Imprescindible resulta analizar y estudiar al grupo antes de comenzar el trabajo, realizar un **estudio situacional** que atienda las siguientes variantes: edad, realidad (social, cultural y económica), actitudes, aptitudes, motivación y objetivos.

La presencia de actividades de **formación de grupo** son de sumo interés, en esta dirección podremos utilizar ejercicios de animación socio-cultural y de dinámica de grupos, de sobra conocidas en el ámbito educativo de personas adultas.

**Motivar** a través de una charla introductoria y de presentación del programa, tras ella continuar afianzando el proceso de motivación dedicando a diario alrededor de 10 minutos donde además recapitular el trabajo del día anterior e interiorizar lo aprendido.

Nos debemos olvidar que uno de los colectivos a los que va dirigido son las personas adultas matriculadas en centros y secciones de educación permanente y que a veces, pueden tener problemas de concentración, de comprensión del idioma (inmigrantes) y otras dificultades que puedan no ayudarnos en los procesos de educación formal, por lo que siempre debe primar la práctica sobre la teoría. El número de conceptos y definiciones tienen que ser un medio para alcanzar un fin, nunca un fin en si mismos.

**Fortalecer** los ejercicios propuestos con otros nuevos adaptados a cada clase, una vez que el grupo se conozca y haya iniciado su andadura como tal, serán muy importante los encuentros con personas que desarrollen labores empresariales de autoempleo, PYMES, cooperativas, cuyas experiencias, sin duda, serán ilustrativas y de interés para las nuevas personas emprendedoras.

**CUADERNO DIDÁCTICO PERSONAL:** Cada persona contará con su cuaderno de ejercicios, de forma que pueda conseguir practicar la teoría, asentar los conocimientos, tener un documento personal de consulta e interiorización de lo aprendido, mantener una relación afectiva con el proceso.

Cada profesor-educador podrá manejar y adaptar el material y el cuaderno al perfil y nivel del grupo discente, su función es ser guía y soporte.

En términos generales el programa ha sido pensado para que sea desarrollado durante un curso (32 semanas).

El bloque constituido por las unidades 1, 2 y 3 por su carácter de introducción y motivación, ha posibilitado un recorrido más literario por lo que trabajar sobre las unidades que lo constituye no implica grandes obstáculos de comprensión de vocabulario y conceptos, es un todo cerrado e independiente por lo que sugerimos sea trabajado durante el primer trimestre y sólo si resta el tiempo suficiente introducir el siguiente bloque.

La unidad 1 *Pensando en nuestro proyecto de empresa* cuenta con un gran número de ejercicios que servirán para ir adquiriendo técnicas de estudio y aprendizaje. En un primer momento, trabajaremos de forma individual y poco a poco en grupo. El material propuesto cuenta con tres anexos a modo de ampliación: *Trámites necesarios para la constitución de una empresa; Guadalís, sociedad cooperativa andaluza y El banco del Tiempo*.

La unidad 2 y 3 (*Herramientas de comunicación* y *Organizamos el trabajo*) siguen la línea de la 1 y el trabajo docente y en el aula no presenta ningún problema, están diseñadas de forma amena y práctica contando también con gran número de ejercicios.

En este primer bloque es importante el fortalecimiento de la cultura emprendedora, por ello al final de la unidad 1 se aconseja presentar al grupo de forma explícita el objetivo fundamental del programa: *jugar a crear nuestra propia empresa*.

El segundo bloque constituido por las unidades 4, 5 y 6 (*Dirigiendo nuestra empresa, Fuentes de financiación* y *Departamento de producción*) presenta una mayor complejidad, éstas tratan temas específicos del mundo empresarial e incluso, a veces, introduce términos de gran especialidad y propuestas, que pueden parecernos lejanas a nuestros

propósitos pero cuyo conocimiento nos resulta interesante como referencias e información. En estas unidades el profesorado deberá buscar estrategias que faciliten la compresión como son el uso del diccionario de forma habitual, charla con personas especialistas...

Debemos referirnos puntualmente a la unidad 4 y 5, como consecuencia del nivel técnico la terminología puede resultar algo compleja incluso al profesorado, por ello el esfuerzo y adecuación a nuestro nivel de comprensión debe ser elevado, posiblemente en este caso puntual debamos consultar y ser asesorados por el CEP del que dependemos. En esta unidad también es conveniente invitar a alguna persona emprendedora, de éxito y por supuesto cercana. Estas unidades se pueden tratar con mayor o menor nivel de profundidad dependiendo del perfil del alumnado.

Sugerimos un ejercicio de fácil ejecución y muy apropiado para este bloque que ayuda a la comprensión e interiorización en cada uno de los epígrafes:

- Lee y busca los términos que te resulten ajenos.
- Explica con tus palabras cada uno de los párrafos que vayas leyendo.
- Expresa por escrito lo que ha querido decir cada uno de los párrafos.

Es importante trabajar por párrafos que supongan una parte cerrada y con entidad dentro del texto general.

Al final del segundo bloque e inicio del tercer nos encontraremos con dos unidades muy relacionadas y que de alguna medida se solapan una y otra (unidades 6, *Departamento de producción* y unidad 7, *Un poco de marketing*). Es aconsejable introducir las dos a la vez, sugerimos trabajar en el aula de forma coordinada, así una parte de la clase trabajaría la unidad 6 y otra la 7, estableciendo un diálogo y ayuda para que sea también conocido en la práctica el trabajo de coordinación de los distintos departamentos que forman parte de un proyecto empresarial.

En estas unidades se hace necesaria la visita a un departamento de producción de alguna empresa. Es aconsejable que cada equipo lleve un trabajo de campo preparado que pueda servirle como conocimiento y diagnóstico y a la vez sea excusa para establecer diálogos con el personal.

No es redundancia volver a incidir en la importancia de las visitas a empresas, pero no debemos olvidemos que nuestra intención es conocer experiencias de autoempleo y pequeñas empresas... de poco serviría para nuestros objetivos organizar visitas a grandes instalaciones. La escala y la medida cobran gran interés en este programa ya que supone el éxito del mismo.

El tercer bloque unidades 7, 8 y 9 (*Un poco de marketing, Administrando nuestro dinero* y *Departamento de recursos humanos*) tienen un marcado carácter práctico y creativo, son fáciles y agradables de trabajar, deben llevarnos a la motivación, a ir cerrando ideas, creando propuestas y madurando proyectos personales.

Entre ellas la unidad 8 *Administrando nuestro dinero* es de gran importancia, ayudará a analizar la *viabilidad* de los “negocios” que pueden estar ya surgiendo como ideas entre el alumnado.

A nivel formal éste coincide con el último trimestre escolar, debemos dejar un tiempo final de 2 sesiones para recapitular, sería aconsejable que ésta tuviera una dimensión práctica y que cada alumno/a pueda comenzar a diseñar su empresa ideal pero con posibilidades de ser real, por consiguiente con esta propuesta llegamos a la última unidad *Elaborando mi plan de empresa*.

Recomendamos que tras las sesiones de cierre propongamos esta última como trabajo de verano, aunque también podemos retomarla al inicio del siguiente curso; puede ser realizado individualmente o bien por parejas, siendo cada alumno/a quien debe tomar esta decisión. No creemos sea idóneo un trabajo de grupo ya que parecería una repetición de lo realizado durante el curso.

En toda la propuesta se ha cuidado y contemplado tanto el nivel como el vocabulario ya sea terminológico como conceptual, persiguiendo claridad y adaptación a los distintos grupos de personas adultas.

Es conveniente atender los nuevos recursos que nos presta la tecnología a la hora de desarrollar este programa, también los trabajos de campo que pongan en relación el trabajo de aula con el exterior cobran gran importancia, se aconseja hacer estudios de mercado en el entorno, entrevistas a gente emprendedora cercanas, y aprovechar los recursos que ofrecen las grabadoras, cámaras de fotos, videos, MP3...

A la documentación hemos anexado un video con historias reales de personas que han sido estudiantes en Centros de Educación Permanente y que tras el paso por ellos han decidido crear sus propias empresas.

Nuestros objetivos al confeccionarlo han sido variados:

- 1 Mostrar la realidad y riqueza de los centros y secciones de educación permanente , a veces, poco conocida.
- 2 Contar con un documento motivador que pueda servir al alumnado y al profesorado.

- 3** Introducir nuevos medios y tecnologías en los procesos educativos
- 4** \*Mostrar otras formas de hacer e innovar en el aula.

En este sentido, será posible que también se puedan realizar pequeños videos en clase con las historias de vida de las personas implicadas y con el desarrollo de nuestro trabajo de Cultura Emprendedora.

**EVALUACIÓN:** Es siempre uno de los temas más difíciles, y ésta debe ser atendida a dos niveles, uno referido a los

contenidos que puede hacerse de forma muy fácil, recapitulando tras cada bloque de 3 unidades y diseñando ejercicios adaptados al grupo con estos fines: recapitulación, asentamiento y profundización y otra evaluación más cualitativa, el redactar un informe diagnóstico es de gran interés pues a través de él podemos detectar los cambios en cuanto al potencial emprendedor de cada estudiante que en algunos casos puede conducir a la decisión de emprender un negocio.

El trabajo con indicadores fiables es importante pero entraña dificultades por lo que se tendrá en cuenta la evolución de este programa para su confección, por ello se enviará una propuesta de evaluación a lo largo del tercer trimestre que tenga en cuenta las aportaciones y sugerencias realizadas a lo largo del curso por el profesorado implicado.

**TEMPORALIZACIÓN:** Como hemos avanzado el plan está propuesto para ser ejecutado durante todo un curso pero con las adaptaciones que el grupo necesite y que el profesor/a estime oportuno.

Calculamos un curso completo de 32 semanas y una dedicación de 12 horas por unidad más 1 hora de recapitulación y cierre, 4 horas finales para la revisión final y la evaluación.

Aconsejamos invertir de 3 a 5 horas semanales, así si elegimos la opción de 4 horas en tres semanas daremos por concluida una unidad con un espacio de tiempo de recapitulación y evaluación.

Aconsejamos en el tercer trimestre aumentar las horas de docencia y así cerrar convenientemente el nuevo programa.

El reparto trimestral sugerido es:

Primer trimestre **Creamos la empresa** (unidades 1, 2 y 3) Sensibilización, motivación e introducción en el tema.

El segundo **Trabajamos en la empresa** (unidades 4, 5 y 6) presenta una mayor dificultad pero también coincide con el tiempo más largo de docencia. Se dedica al conocimiento

de distintos tipos de empresa, créditos...aunque como ya hemos anotado se solapa con el inicio del tercer trimestre.

El último trimestre **Obtenemos resultados** (unidades 7, 8 y 9 con la parte práctica de la unidad 6 del anterior bloque que tiene que ver con la fabricación de un producto o la oferta de un servicio) tiene un carácter más lúdico y práctico *ya somos: producimos, comercializamos y hacemos nuestro primer acto de evaluación de la empresa.*

Dependiendo del tiempo dedicación al programa así como del nivel e interés del alumnado, podemos trabajar también las diferentes propuestas que se plantean en el anexo 4 **Trámites administrativos** cuyo objetivo es que el alumnado se familiarice la documentación que se utiliza en cualquier empresa en el proceso de compra-venta (nota de pedido, albarán, factura, ficha de clientes y proveedores, etc.)

Al final de cada unidad se ha relacionado un glosario, una bibliografía y webgrafía que esperemos resulte de gran utilidad.

El material publicado de los Programas **GES Gente Emprendedora y Solidaria y JES Jóvenes Emprendedores Solidarios** de esta Consejería resulta de gran ayuda por sus coincidencias en los planteamientos de “emprender” con este nuevo programa. En ellos podemos encontrar modelo de acta fundacional, estatutos, información acerca de las diferentes formas jurídicas, actividades de fomento de la autoestima y los diferentes pasos para la creación de una página web.

La prensa escrita (diarios, semanarios, revistas) nos surtirá de material especializados, existe un gran numero de

publicaciones que tratan temas de interés para este programa: revista Meridiana del IAM, publicaciones de la Confederación de Empresarios, Confederación de Mujeres empresarias, Sindicatos, asociaciones y organizaciones afines como OEAS (Organización de empresarias artesanas de Sevilla)... sin olvidar la documentación de otras Consejerías como las de Para La Igualdad y Bienestar Social, Empleo, la de Innovación, Ciencia y Empresa, o bien Turismo, Comercio y Deportes... e iniciativas universitarias como el proyecto Gems (emprendedores/ creadores de empresas) de la Universidad de Cádiz.

Y para finalizar en internet podemos consultar documentación legal respecto a empresas, PYMES, Cooperativas, etc.

**MÁS INFORMACIÓN:** [www.juntadeandalucia.es/averroes/cultura\\_emprendedora](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/cultura_emprendedora)



UNIDAD DIDÁCTICA 1:  
**pensando en nuestro  
proyecto de empresa**



## Pensando en nuestro proyecto de empresa

### 1. INTRODUCCIÓN

Este es un momento crucial en nuestra vida porque queremos dar un cambio. Vamos a iniciar una búsqueda de empleo, y son dos las alternativas que se nos presentan: **trabajar por cuenta propia** o por **cuenta ajena**. Ambas opciones son totalmente válidas y la decisión depende de las circunstancias y deseos de cada uno de nosotros en el ámbito laboral.

Si nos decidimos por la opción de buscar trabajo por cuenta ajena, tendremos que llevar a cabo una ardua tarea: enviar muchos currículums, realizar varias entrevistas, y si al final tenemos suerte, perteneceremos a una empresa, con los beneficios que ello conlleva: sueldo seguro a final de mes, vacaciones renumeradas, promoción en el trabajo, horario laboral determinado, etc.

En la actualidad y ante las perspectivas que del empleo por cuenta ajena se nos presentan en nuestro país, el **autoempleo** se ha convertido, para muchos, en una buena alternativa para desarrollar su capacidad laboral de una manera estable y productiva o, al menos, es una opción a considerar. Y para las mujeres adultas, además de una fuente de empleo es una magnífica forma de conciliar la vida familiar y laboral porque podemos organizar nuestro tiempo a nuestra medida.

Existen varias causas fundamentales que confirman que el autoempleo sea una alternativa muy válida para muchas personas:

- 1 El alto índice de desempleo en nuestro país, uno de los más elevados de Europa.
- 2 La precariedad del empleo, debido al uso, y en ocasiones abuso, de la contratación temporal (3 meses, 6 meses). Estos tipos de contratos nos permiten, como asalariados, ir tirando, pero sin poder confiar en la estabilidad de nuestros ingresos.

- 
- 3 El creciente número de desempleados universitarios que persiguen un puesto de trabajo relacionado con sus estudios.
  - 4 Aprovechar ideas que pueden servirnos para crear empresas.
  - 5 La iniciativa y el deseo de prosperar.

Frente a tal situación general, es obvio que cada vez sea mayor el número de personas que deciden o desean crear su empresa, su propio negocio o establecerse a nivel profesional. Así vemos cómo se crean la mayoría de las pequeñas y medianas empresas.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1. Define con tus palabras lo que crees que es una empresa.**

**2. ¿Qué tipos de empresas conoces?**

Dada la importancia de este hecho por la contribución que supone a la creación de renta, riqueza y empleo de un país, territorio o localidad, existen apoyos por parte de todas las Administraciones públicas mediante diversas políticas para el fomento del espíritu empresarial.

A partir del momento en que decidimos crear nuestra empresa pertenecemos al colectivo de “**emprendedores/as**”. Así llamamos a las personas que son capaces de plasmar su idea de negocio en el mundo real, asumiendo los riesgos que el devenir del negocio les pueda acarrear en todos los ámbitos de su vida.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**3. Seguro que conoces alguna persona emprendedora. Cuéntanos cómo es y qué rasgos tiene para ser emprendedora.**

**4. ¿Crees que las personas emprendedoras nacen siéndolo o han ido convirtiéndose en emprendedoras a lo largo de sus vidas?**

**5. Después de todo lo que hemos visto ¿qué entiendes por la expresión “mujer emprendedora”?**

Pocas actividades existen tan estimulantes como crear nuestro propio negocio, y pocas permiten desarrollar tan a fondo nuestra propia autonomía, creatividad o nuestra capacidad de decisión. Aunque también esto exige un grado de trabajo y motivación importantes.



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**6. ¿Estás de acuerdo con esa idea que existe de que los empresarios son personas millonarias que trabajan poco y explotan a sus trabajadores?**

**7. Piensa las ventajas que encontrarías trabajando por cuenta propia. Busca al menos 3 y coméntalas con el resto de la clase.**

**8. Anota 3 dificultades o miedos que crees que encontrarías al trabajar por cuenta propia.**

**9. Si desde hoy te decides a empezar a trabajar, ¿crees que encontrarías trabajo antes por cuenta propia o por cuenta ajena? Razona tu respuesta.**

**10. Anota 3 personas que conozcas que hayan emprendido algún negocio o empresa. Piensa qué características tienen en común que les haya ayudado a emprender.**

**11. Organiza un trabajo de campo entrevistando a los pequeños comerciantes de la zona.**

Intenta que tu trabajo responda a las siguientes cuestiones:

- Nombre de la empresa, y objeto social de la misma.
- Motivos por los que se tomó la decisión de crear la empresa.
- Localización y ámbito de actuación (lugar de trabajo y lugar al que se da servicio).
- Nº de socios, tipo de socios (trabajadores o capitalistas).
- Año de creación de la empresa, capital inicial (con el que empezaron a funcionar).
- Nº de trabajadores, organigrama.
- Volumen de negocio (facturación anual).
- Otros datos de interés: transformaciones desde el inicio, planes futuros, etc.

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**12. Haz un breve resumen de lo que crees que es más importante de lo que hemos visto hasta ahora.**

## 2. LA PERSONA EMPRENDEDORA

Las personas emprendedoras se caracterizan por poseer unas cualidades que determinan ese carácter activo y dinámico que es necesario para iniciar esta aventura del autoempleo.

Estas cualidades personales han de estar acompañadas de un **conocimiento e información del mercado** en el cual la persona emprendedora va a actuar, ya que necesita planificar su actividad empresarial sobre dichos cimientos como base de un buen funcionamiento del negocio.

Por ello, estas personas dispuestas a crear una empresa deben ser conscientes de que las siguientes características que se enumeran son las que deben conformar su carácter. Hay que aprovechar las que se poseen y trabajar para desarrollar las que no se posean tanto.

### ¿CUÁL ES EL PERFIL DE UNA PERSONA EMPRENDEDORA?

La persona emprendedora se caracteriza por:

- 1 **Tener iniciativa.** Esto es ser capaz de iniciar nuevos proyectos, venciendo los miedos y las dificultades.
- 2 **Tener creatividad.** La creatividad es una capacidad muy valorada por la importancia que tiene en la resolución de problemas. Aporta potencial de innovación y supone un elemento diferenciador.
- 3 **Tener ilusión.** El entusiasmo y la motivación serán nuestro mejor combustible, especialmente en los primeros pasos.
- 4 **Tener confianza.** Eso implica afrontar con ánimo las épocas menos buenas y tener claro en todo momento que nada se consigue en un día ni dos.
- 5 **Ser observador.** El análisis sistemático del entorno permite detectar oportunidades, anticiparse a los cambios y obtener información para fundamentar la toma de decisiones.





- 6 **Saber tomar decisiones.** Saber optar por las decisiones más adecuadas a las exigencias de cada situación tiene que ver con disponer de la información suficiente para reducir al máximo la incertidumbre y conocer las consecuencias que puedan derivarse de las decisiones adoptadas.
- 7 **Querer aprender.** Es conocer nuestras limitaciones y esforzarnos por aprender lo que no sabemos. Muchos emprendedores han adquirido el conocimiento a través de la experiencia, pero después la han complementado con cursos y seminarios. También existen muchos casos de emprendedores que parten con unos conocimientos previos a su experiencia.
- 8 **Ser paciente.** La paciencia será nuestra mejor aliada. Las personas emprendedoras deben saber que crear y hacer crecer algo es un tema de plazos y que éstos suelen ser largos. Las historias de éxito en poco tiempo o sin esfuerzo pueden existir, pero son la excepción a la regla y no el patrón general.
- 9 **Capacidad de trabajo y perseverancia.** Ser capaz de trabajar intensamente, con gran dedicación y esfuerzo, afrontando los retos con decisión.
- 10 **Capacidad de afrontar riesgos.** Fuerza psicológica para aguantar las presiones e insistir, ser constante a pesar de la incertidumbre. Las situaciones ambiguas y los cambios continuos del entorno exigen una capacidad permanente de respuesta basada en riesgos calculados.
- 11 **Facilidad para las relaciones humanas.** Muy importante para tratar con clientes, financieros y proveedores, y mucho más importante para las relaciones con los empleados y, en general, para el trabajo en grupo. La importancia de la comunicación se justifica con el siguiente dato: aproximadamente el 90% del tiempo lo empleamos en comunicarnos con los demás.
- 12 **Tener capacidad de motivación.** Determinar las causas que impulsan a las personas a actuar en uno u otro sentido es fundamental si se pretende que con su esfuerzo contribuyan a lograr el éxito.
- 13 **Tener capacidad de planificar y organizar.** Tener visión de futuro, establecer planes a medio y largo plazo y prever los recursos y necesidades según esos planes, son claves para alcanzar el éxito.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

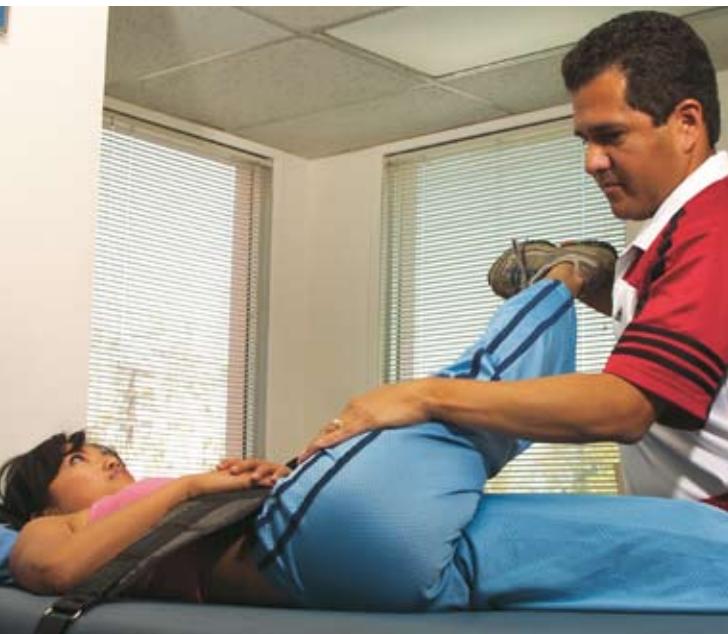
**13. Además de las características expuestas, ¿hay alguna otra que creas necesaria?**

Recuerda que ser así no es garantía de éxito (nada lo es), pero es un elemento clave del mismo. Medita sobre ello y cultiva esas cualidades.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**14. De entre las características de las personas emprendedoras, busca las 4 que más se adaptan a tu personalidad, y las 4 que menos.**

**15. ¿Cómo reforzarías estas cualidades en tí?**



La capacidad empresarial supone la presencia de rasgos emprendedores. Es decir, que todos los hombres y mujeres empresarios son emprendedores, pero no todos los hombres y mujeres emprendedores son empresarios.

Aunque no exista una definición concreta de persona emprendedora y tratándose de un concepto amplio, sí podemos realizar una aproximación de su perfil ideal: **Es la persona capaz de identificar una necesidad, de reunir los recursos necesarios y de emprender las acciones oportunas para poner a disposición de la población aquellos bienes o servicios que satisfagan tal necesidad.**

A esta definición habría que añadir que los empresarios debemos estar continuamente obligados a asumir riesgos y acciones que dinamicen nuestra empresa y que busquemos nuevas oportunidades en un mercado en continuo cambio. Esto incluye también la formación, tanto de los empresarios como del personal.

Respecto a las capacidades o aptitudes personales destacamos:

- 1** Habilidades organizativas y de coordinación.
- 2** Adaptación a los cambios.
- 3** Liderazgo.
- 4** Aptitudes negociadoras.
- 5** Competitividad.
- 6** Capacidad de trabajo.
- 7** Resistencia física.



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**16. Relaciona cada una de estas capacidades o aptitudes con una tarea o labor que realices en tu vida cotidiana.**

El mundo empresarial es cada vez más complejo, por lo que los empresarios necesitamos cada vez más estar bien informados y comunicados.

Además se precisan conocimientos, aunque sean básicos, en campos tan diversos como son organización, planificación, marketing, dirección, ventas, mercados, entornos, nuevas tecnologías, informática, fiscalidad, relaciones laborales, etc.

Pero realmente no es tan importante ser un experto en todas estas áreas, sino que nos bastará con poseer suficientes nociones sobre las mismas, que le permitan identificar problemas y poder dialogar con profesionales, entenderles, razonar y tomar decisiones.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**17. Realiza una entrevista entre los empresarios de tu barrio para conocer los motivos que mueven a las personas a crear una empresa.**

**18. Piensa en un día de tu vida y contesta con verdadero (V) o falso (F) si te ves identificada con estas actividades:**

- 1** Sabes cuáles son los ingresos de tu familia. ....
- 2** Realizas las compras diarias, semanales y mensuales. ....
- 3** Tienes un presupuesto al que debes ceñirte. ....
- 4** Organizas el trabajo diario de casa. ....
- 5** Repartes tareas entre la familia. ....
- 6** Sabes en cada momento el saldo de tu presupuesto (ingresos – gastos) ....
- 7** Conciertas citas con médicos. ....
- 8** Acudes a actividades extraescolares de tus hijos. ....
- 9** Te relacionas con amigos, padres de familia. ....
- 10** Has organizado el cumpleaños de alguien. ....
- 11** Felicitas a tus seres queridos en fechas señaladas (cumpleaños, santo) ....
- 12** Te buscan para que realices algo que sabes hacer bien (tartas, coser, arreglar un ordenador, ...) ....



**19. ¿Crees que hay mucha diferencia entre organizar una empresa y organizar una familia? Anota al menos 2 diferencias y 2 similitudes y debátelo con el resto de la clase.**

**20. A lo largo de nuestras vidas hemos adquirido una serie de competencias y aptitudes que pueden sernos muy válidas para el mundo laboral. Reflexiona profundamente y anota todo aquello que creas que puede servirte, por remota que pueda parecer la aplicación empresarial.**

**21. A continuación ponlo en común con los compañeros y al lado de cada competencia/aptitud anota un ejemplo de empresa en la que tendrías cabida.**

A modo de conclusión ...

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**22. Haz un breve resumen de lo que crees que es más importante sobre las personas emprendedoras.**

### **3. LA IDEA DE NEGOCIO**

Una cuestión previa y esencial para crear nuestro negocio es decidir “a qué se va a dedicar”. Éste es el punto de arranque, pero es sólo una idea que habrá que desarrollar hasta convertirla en una auténtica empresa.

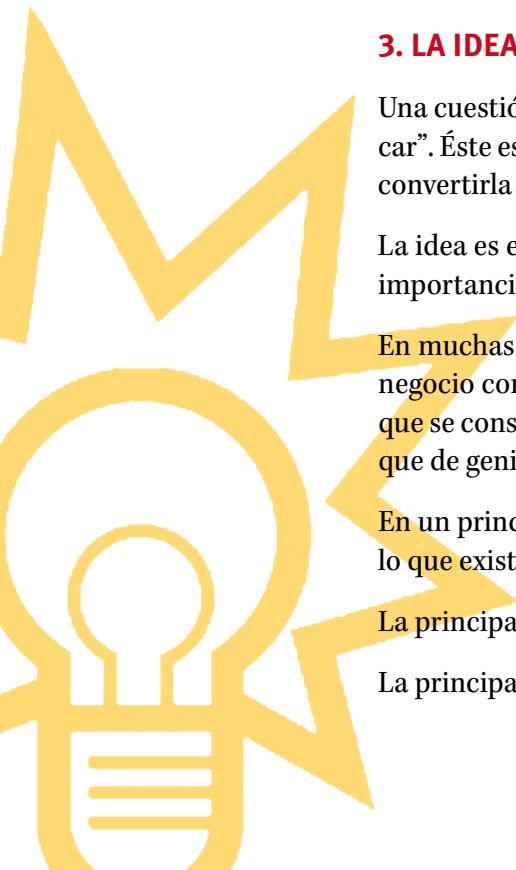
La idea es el pilar sobre el que se sustentará nuestra empresa y, por lo tanto, es de gran importancia. Pero no es suficiente con que tengamos una idea brillante.

En muchas ocasiones, los medios de comunicación nos presentan una “genial” idea de negocio como la única clave del éxito de una empresa. La realidad es que las empresas que se consolidan dentro de un mercado hay mucho más de estudio, previsión y trabajo que de genialidad.

En un principio no existen ideas buenas o malas, sino personas que son capaces de ver lo que existe tras ellas y construir un proyecto empresarial.

La principal fuente de inspiración para encontrar una idea es la **OBSERVACIÓN**.

La principal cualidad de una idea es que debe **SATISFACER UNA NECESIDAD**.



El concepto **nicho de mercado** define un sector del mercado que no está agotado con los productos existentes. Es decir, un lugar en el mercado en el que existe más demanda que oferta.

Para crear una empresa debemos definir muy bien el nicho de mercado que queremos cubrir.

**¶ En primer lugar debemos intentar ser diferentes.** Si la empresa va a a hacer lo mismo que otras y de idéntico modo, las que ya estaban en el mercado desde tiempo atrás tienen ventaja sobre las que llegan. Si conseguimos que el cliente valore nuestra diferenciación habremos dado un paso enorme. Algunas de las características que pueden diferenciarnos son, por ejemplo:

- Tecnología.
- Mejor servicio.
- Mejor producto.
- Atención más rápida.
- Mejor forma de pago.
- Una presentación distinta.
- Ofrecernos a unos compradores a los que hasta ahora no se les ofrecía.

No se puede tener todo: mejor servicio + mejor precio + mejor producto + ... pero debemos saber que muchos clientes valorarán nuestra diferenciación.

**¶ También es importante especializarnos desde el principio.** Involucrarnos en todos los proyectos que puedan surgir porque parezcan interesantes o capaces de generar beneficios hará que dispersemos esfuerzos y recursos y corremos el riesgo de obtener malos resultados.

**¶ No debemos olvidar nunca valorar al cliente.** Y valorarlo más que la competencia.



- ¿Qué le puede interesar?
- ¿Cuáles son sus gustos?
- ¿Cuáles son sus necesidades?

Cuando nos decidamos a buscar nuestra idea de negocio, hay que intentar que sea:

**¶ Innovadora:** Innovar significa “introducir novedades”, así que buscaremos que nuestra idea aporte algo nuevo que nos diferencie de la competencia.

**Nerea, Arqueología Subacuática.** Cinco estudiantes de Historia decidieron crear NEREA, para cubrir la necesidad que existía de arqueólogos – buzos que trabajen con el patrimonio arqueológico hundido en los fondos de las aguas.

**Telemadre, comida casera a domicilio.** Una señora decide elaborar menús en su propia casa que distribuye a una lista de personas que tienen el servicio contratado.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**23. Busca en internet algún ejemplo de empresa innovadora y explíca brevemente a qué se dedica.**

**¶ Creativa:** Nuestra idea debe aportar algo original, introduciendo novedades que la hagan creativa y única, por lo menos en alguna de sus características. Así, nos permitirá diferenciarnos de los demás.

**New Home Málaga.** Dos chicas en Málaga pensaron en solucionar todos los problemas a ejecutivos extranjeros y a sus familias que por motivos de trabajo vienen a vivir a Andalucía durante un tiempo. Les buscaban desde casa, hasta la guardería o el colegio de sus hijos.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**24. Busca en internet algún ejemplo de empresa creativa y explíca brevemente a qué se dedica.**

**¶ Viable:** Una idea viable será aquella que podamos convertir en una empresa real sabiendo que reúne las mayores garantías para desarrollarse en condiciones óptimas durante largo tiempo.

Para que nuestra idea sea viable debe tener:

- 1 Un hueco en el mercado.
- 2 Proyección de futuro.

Para ver si es viable, tendremos que hacer un análisis de mercado.

**Guadalis, Arroces de Doñana.** Ocho mujeres crean una cooperativa que compra arroz cargo y a través de un proceso de molienda lo convierten en arroz blanco listo para ser cocinado.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 25. Busca en internet algún ejemplo de empresa viable y explíca brevemente a qué se dedica.

Buscar ideas no es fácil. Las ideas no salen “de la nada”. Debemos trabajar en encontrar nuestra idea el tiempo necesario, puesto que es una decisión de vital importancia. ¿Dónde podemos buscar ideas?

- En nosotros mismos.
- En nuestros estudios.
- En nuestra formación.
- En nuestra experiencia.
- En nuestras aficiones.
- En nuestra familia, etc.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 26. Investiga en instituciones y medios de comunicación ideas innovadoras y creativas que hayan puesto en marcha mujeres emprendedoras. Puedes buscar en:

- Instituto Andaluz de la Mujer.
- Fundación Red – Andalucía Emprende.
- Asociación de Mujeres Empresarias de Andalucía.
- Andalucía Orienta.
- Consejería de Empleo.
- Seguimiento en prensa y TV.
- Seguimiento de publicidad institucional.





Para buscar oportunidades de negocio vamos a preguntarnos:

- 1 Qué necesidades no están cubiertas y que nosotros podríamos cubrir.
- 2 Cómo podríamos mejorar un servicio que se da actualmente.
- 3 Qué demanda la sociedad.

Pero no sólo estaremos atentos a las necesidades que tiene la sociedad, porque también podemos incidir en los gustos y las necesidades del público, y se sabe que con nuestras ideas podemos:

- 1 Satisfacer una necesidad.
- 2 Crear una necesidad.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**Ser observadores nos dará oportunidades de buscar una buena idea. A continuación encontrarás sectores que están en continuo crecimiento y a los que las empresas, se dediquen a lo que se dediquen, prestan especial atención.**

#### 27. Imagina una empresa que te gustaría crear

#### 28. Ahora escribe cómo puedes desarrollarla relacionándola con cada una de estos sectores:

- Observa el avance de la tecnología en telecomunicaciones, y relacionala con Internet.
- Observa el cambio que supone para la sociedad la incorporación de las mujeres al trabajo, dedicando su tiempo libre más al ocio y menos a las tareas domésticas.
- Observa que la población cada vez es mayor, tiene más edad, más recursos y mejor salud.
- Observa la importancia que comienza a tener el Medio Ambiente para la sociedad.
- Observa la proliferación de parques y jardines (tanto a nivel particular como público).
- Observa que la sociedad dedica cada vez más su tiempo de ocio a viajar.
- Observa otras oportunidades, la invención, los hobbies, tendencias sociales, etc.

Las ideas de empresa pueden nacer de distintas formas, cualquiera de ellas es válida, en la medida que se aadecue al mercado. La clave del acierto está si hemos llegado **en el momento oportuno, en el lugar adecuado** y con el **producto o servicio necesitado**.



Las maneras en que puede surgir una idea son:

¶ **Copiar o hurtar:** es la forma más habitual de nacimiento de una idea, aunque no se reconozca. Quien copia ha de asegurarse de que tiene alguna ventaja competitiva. Si ofrece lo mismo en el mismo segmento de mercado muy probablemente al cabo de un tiempo tendrá que cerrar. La ventaja puede estar en el precio, en la calidad, en la oferta de mejora de servicios, etc.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**29. Busca alguna idea de empresa que creas que puedes mejorar, y explica en qué la mejorarías.**

¶ **Transferir de un país a otro:** La idea que es válida en un país o territorio es probable que pueda ser válida en otro. Los actuales medios de comunicación de masas facilitan una cierta unidad en cuanto a la aceptación de un producto o servicio, si bien observamos ideas que funcionan en algunos países pero en otros no.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**30. ¿Conoces alguna idea de negocio de otro país que no exista en España? Expíclala.**

¶ **Crecimiento modular:** crecimiento a través de FRANQUICIAS: McDonalds, Benetton, Espejo's peluqueros.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**31. Vemos franquicias de todo tipo: de comida rápida, de ropa, incluso de peluquería. Seguro que encuentras algún tipo de negocio en el que aún no existen franquicias. ¿A qué crees que es debido?**

¶ **Adquisición:** Hoy en día existen personas, dentro del empresariado, cansadas, agotadas, a las que comprarles la empresa es quitarles un peso de encima. Es una técnica habitual en otros países y que la Unión Europea está promocionando.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**32. Busca este caso entre empresas conocidas, tanto a nivel local o de barrio como a nivel nacional.**





¶ **Construir sobre una imagen conocida:** apoyar una idea sobre una imagen, marca, paisaje, persona, etc, conocida y con una cierta relación con el servicio o producto prestado.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****33. Busca algún ejemplo de producto o marca que use el nombre:**

- a) de una persona conocida
- b) de un lugar conocido



¶ **Construir sobre habilidades personales:** Se trata de las empresas en las que una habilidad personal se convierte en imagen de marca y en un estilo de empresas, como la Peluquería de Llongueras o el Restaurante de Karlos Arguiñano.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****34. Busca ejemplos de este tipo de negocio:**

¶ **Especialización de un proceso de producción:** En la fabricación de productos hay pasos intermedios que pueden ser realizados por empresas externas y que su valor añadido puede hacer rentable la creación de una empresa. Por ejemplo la entrega a domicilio en una floristería o un restaurante o el buzoneo o mailings de cualquier empresa.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****35. Imagina un negocio y piensa en qué procesos se subcontratan o se pueden subcontratar. De cualquiera de ellos puede surgir una nueva empresa. Pon ejemplos:**

¶ **Descubrir una oportunidad nueva:** son los emprendedores que sacan una idea al mercado a partir de observar una necesidad o descubrir una nueva forma de resolver un problema. Deben ser ideas que satisfagan necesidades de un segmento de mercado.

- Las melodías, imágenes, etc. de los teléfonos móviles.
- El rasca de la ONCE.
- En diciembre de 2004 los japoneses sacan al mercado un reposacabezas para hombres solitarios con forma de regazo de mujer. La primera semana de existencia consiguen situarse en el 5º regalo más comprado para las navidades en ese país. Precio: 90 €. 2 meses más tarde sacaron al mercado una almohada para mujeres solitarias que imita el abrazo de un hombre.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**36. ¿Recuerdas algún otro producto que se haya creado antes de que existiera la necesidad? Escríbelo.**

**37. Seguro que eres capaz de encontrar alguna oportunidad nueva en el mercado. Inténtalo.**

**¶ Encontrar una forma distinta de producir y/o entregar un bien o servicio.** En ocasiones la diferenciación no supone necesariamente una ventaja, pero el atractivo del negocio está precisamente en ser distinto.

- Las visitas turísticas en burro-taxis.
- Bares con recipientes de cerveza originales, aunque en ocasiones incómodos.
- Restaurantes ambientados como la casa del terror.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**38. Busca ejemplos de este tipo de ideas de negocio:**

Así, las formas o maneras que existen para generar ideas de empresa son casi inagotables, simplemente recordar que tener una idea no significa que ésta sea viable, hay que realizar una valoración de la misma y ser conscientes de que el mercado es duro y la novedad puede ser breve.

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**39. Haz un breve resumen de lo que crees que es más importante sobre la idea de negocio.**

## **4. YACIMIENTOS DE EMPLEO**

Estos son los nuevos yacimientos de empleo

### **A. LOS SERVICIOS DE LA VIDA DIARIA**

**¶ Los servicios a domicilio:** atención a mayores, servicio de cuidadores, comida a domicilio, servicios de limpieza, servicios de reparación, etc.



- ■ ■ **Tele asistencia.** Nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- ■ ■ **El cuidado de los niños:** guarderías infantiles, apoyo escolar, aulas matinales y nocturnas, parques de ocio infantiles, centros no residenciales para niños, etc.
- ■ ■ **La ayuda a colectivos en dificultad:** centros no residenciales para personas con capacidades distintas, físicas, psíquicas o sensoriales, centros para jóvenes con dificultades en inserción laboral, mediación familiar.



## B. LOS SERVICIOS DE MEJORA DEL MARCO DE VIDA

- ■ ■ La mejora de la vivienda: tasadores, agentes inmobiliarios, instaladores de climatización, conservación de edificios, interiorismo y decoración, gestión de residuos, etc.
- ■ ■ La seguridad.
- ■ ■ Los transportes colectivos locales, transportistas, comerciales, etc.
- ■ ■ La revalorización de espacios públicos urbanos. Creación y mantenimiento.
- ■ ■ Los comercios de proximidad.
- ■ ■ Restaurantes de buena calidad en los servicios.
- ■ ■ Venta especializada: accesorios deportivos, textil, calzado, etc.
- ■ ■ Servicios personales en las nuevas zonas como panaderías, fruterías pescaderías, tintorerías, peluquerías, etc.
- ■ ■ Centros de tratamiento y salud, centros de culto al cuerpo.

## C. LOS SERVICIOS CULTURALES Y DE OCIO



- ■ ■ Empresas turismo activo: senderismo, orientación, escalada, multiaventuras en general, etc.
- ■ ■ Parques de ocio infantil.
- ■ ■ Albergues juveniles y zonas de acampada.
- ■ ■ Hostelería: especialidades gastronómicas
- ■ ■ El turismo: agencias de viaje.
- ■ ■ Centros de actividades deportivas.



- El sector audiovisual.
- Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
- Marketing.
- Actividades artísticas: compañías de teatro, danza, bandas musicales, escritores, etc.
- La valorización y desarrollo del patrimonio cultural local a través de actividades empresariales.
- Actividades relacionadas con el turismo ecuestre: herrería, cría, veterinaria, picaderos.

#### D. LOS SERVICIOS DE MEDIO AMBIENTE

- La gestión de los residuos.
- La gestión del agua.
- La protección y mantenimiento de las zonas naturales.
- Implantación de Sistemas de Calidad.
- Industria de productos tradicionales.
- Industria productos ecológicos.
- Cultivos de plantas: flor cortada, aromáticas, productos ecológicos, etc.
- Cultivo de caracoles.
- Diseño y cuidado de jardines.
- Viverismo.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

40. ¿Crees que todas las ideas de empresa que se nos ocurren ya están creadas?

Debemos fijarnos en los modelos de empresa que veamos en otros sectores para aplicarlos al nuestro y aprovechar los viajes que hagamos para ver cómo se funciona en el sector en otras ciudades o en otros países.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**41. Piensa en tu empresa ideal. ¿Cómo te la imaginas? ¿Con qué otras personas compartirías la idea?**

Sería conveniente que usemos las aptitudes y competencias que hemos adquirido a lo largo de nuestra vida. La empresa debe tener aplicación en nuestro entorno (localidad o provincia)

**42. Explica al resto de la clase en qué consiste tu idea de negocio y deja que opinen tus compañeras y compañeros sobre las ventajas e inconvenientes que ven en tu empresa. Una vez que termine el debate anota las observaciones que creas más interesantes.**

**43. Reunión de todo el alumnado para seleccionar una idea de negocio para llevar a cabo por cada 8 ó 10 alumnos.**

**¿En qué proyecto vas a participar tú? ¿Con qué compañeras?**

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**44. ¿A cuál de los 4 grupos de yacimientos de empleo pertenece tu empresa ideal? ¿Y a cuál pertenece el proyecto en el que vas a participar con tus compañeras?**

## 5. CREACIÓN DE LA EMPRESA

Para autoemplearnos debemos seguir unos trámites, y uno de ellos es decidir bajo qué normas va a funcionar nuestra empresa. Ese conjunto de normas viene dado por la ley, y a esa forma se le llama *forma jurídica*. Así, las leyes no son las mismas para una *Sociedad Limitada* que para una *Cooperativa*.

La forma jurídica de la empresa es una elección de las personas que la crean, y debe ser objeto de un detenido estudio, a fin de elegir aquella que mejor se adapte a las características del proyecto a desarrollar. En el siguiente apartado vamos a ver cómo cada forma jurídica tiene sus ventajas y sus inconvenientes.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**45. Busca en el glosario los siguientes términos y explícalos con tus palabras**

- Socio
- Capital social
- Responsabilidad
- Obligaciones fiscales



## 6. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS FORMAS JURÍDICAS

### ■ EL AUTÓNOMO:

El empresario individual es una *persona física* que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional. Implica el control total de la empresa por parte del propietario. La ventaja de esta forma jurídica es la simplicidad en los trámites para iniciar la actividad y la sencillez de gestión.

Nº DE SOCIOS: siempre es uno.

CAPITAL SOCIAL: No existe un mínimo.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Ilimitada, responde con todos sus bienes presentes y futuros.

OBLIGACIONES FISCALES: Tributan a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

Esta es una forma empresarial idónea para una empresa de reducido tamaño (en la que hay un titular y pocos trabajadores contratados por éste).

Si sois varios amigos los que queréis uniros en el negocio, uno debe darse de alta y los otros serán contratados por la empresa, por lo que es imprescindible la confianza y la responsabilidad mutua.

La ventaja principal es que no hay formalidades específicas a realizar, ya que no se adquiere personalidad jurídica sino física.

Esto supone que los *trámites se reducen muy considerablemente* y por tanto también el capital necesario para la constitución.

Aunque tiene un inconveniente muy importante: las deudas y obligaciones del negocio se asumen con los bienes personales, presentes y futuros, puesto que no hay diferencia entre el patrimonio del empresario y el de la empresa (de ahí que no sea necesaria la aportación previa de capital). En este caso hay que tener en cuenta el régimen matrimonial del titular (si procede).

Respecto a la tributación, los beneficios de la empresa se imputan al empresario, quien debe declararlos en el IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas).





#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**46. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**47. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

#### **¶ COMUNIDAD DE BIENES (C.B.):**

La *Comunidad de Bienes* existe cuando la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece *pro indiviso* a varias personas. Los socios se llaman comuneros. Tiene como ventaja la simplicidad y rapidez en su constitución.

Nº DE SOCIOS: Dos o más socios.

CAPITAL SOCIAL: No existe un mínimo.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Ilimitada, responde con todos sus bienes presentes y futuros.

OBLIGACIONES FISCALES: Tributan a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**48. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**49. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

#### **¶ SOCIEDAD CIVIL (S.C.)**

Es la unión de dos o más personas que ponen en común bienes con el fin de desarrollar una actividad empresarial. También tiene como ventaja la simplicidad y rapidez en su constitución.

Nº DE SOCIOS: dos o más

CAPITAL SOCIAL: No existe un mínimo.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Ilimitada, responde con todos sus bienes presente y futuros.

OBLIGACIONES FISCALES: Tributan a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**50. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**51. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

** SOCIEDAD ANÓNIMA (S.A.):**

Es una *sociedad mercantil*, de tipo capitalista, en la que el capital social se encuentra dividido en acciones que pueden ser transmitidas libremente. Los dueños de las acciones son los socios, también llamados *accionistas*.

Ésta es una de las ventajas: que tiene múltiples posibilidades de financiación y obtención de capital.

Es una forma jurídica idónea para grandes sociedades con muchos accionistas, donde los pequeños accionistas varían asiduamente. Y no es recomendable para sociedades familiares por las dificultades de gestión y poca adaptabilidad a cambios bolsa tiene cierto control de sus acciones.

Tiene unos costes de constitución altos y una organización, gestión y administración compleja.

**Nº DE SOCIOS:** uno o más.

**CAPITAL SOCIAL:** como mínimo tienen que aportar 60.101,21 €, desembolsados al menos el 25% al constituirse la sociedad.

**RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS:** Limitada a la aportación.



**OBLIGACIONES FISCALES:** Tributan a través del *Impuesto de Sociedades*. El tipo aplicable será el 35%, o si la empresa es de reducida dimensión, con arreglo a la siguiente escala: por los primeros 120.202,42 €, el 30% y por el resto, el 35%. También pagan impuestos a través del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

**ÓRGANOS RECTORES Y DE ADMINISTRACIÓN:** Junta General de Accionistas, Administrador y Consejo de Administración si son más de dos.

Respecto a los inconvenientes que presenta, nos encontramos con el alto capital que hace falta para la constitución y con el complicado régimen de administración de la sociedad. La contabilidad social y su fiscalidad obligada hacen que no sea adecuada para empresas familiares y/o pequeñas.

Además, es una sociedad cara en cuanto a su funcionamiento, por cuanto es obligatoria la publicidad en periódicos, boletines oficiales, de muchos de sus actos, por ejemplo, las modificaciones estatutarias.

Las formalidades de constitución son la certificación negativa de denominación social, la escritura pública de constitución y la inscripción en el Registro Mercantil.

La transmisión de la condición de socio es bastante sencilla, reduciéndose a la venta o transmisión de las acciones.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**52. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**53. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

#### **SOCIEDAD LIMITADA (S.L.):**

La Sociedad de responsabilidad Limitada se presenta como una sociedad mercantil de tipo capitalista en la que el capital social está dividido en participaciones iguales acumulables e indivisibles.

Es una forma jurídica idónea para sociedades pequeñas con escaso número de socios y baja inversión.

La gestión, administración y organización es más simple que en la Sociedad Anónima, pero tiene como inconveniente que el capital social se compone de participaciones que en caso de querer transferir a otra persona supone ciertas dificultades burocráticas.



Nº DE SOCIOS: uno o más.

CAPITAL SOCIAL: como mínimo tienen que aportar 3.005,06 €, desembolsados totalmente al constituirse la sociedad.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Limitada a la aportación.

OBLIGACIONES FISCALES: Tributan a través del Impuesto de Sociedades. El tipo aplicable será el 35%, o si la empresa es de reducida dimensión, con arreglo a la siguiente escala: por los primeros 120.202,42 €, el 30%, y por el resto, el 35%. También pagan impuestos a través del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

ÓRGANOS RECTORES Y DE ADMINISTRACIÓN: Junta General de Accionistas, Administrador y Consejo de Administración si son más de dos.

Este tipo de sociedad está obligada a presentar la contabilidad social si es solicitado por el 5% de los socios.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**54. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**55. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

**56. Los estatutos de RECETAS DE TRIANA, S.L. fijan su capital social en 4200 . La empresa ha sido fundada por 5 socias que tienen 1, 2, 3, 4 y 5 participaciones respectivamente.**

**a) ¿Cuál es el valor nominal de cada participación?**

**b) ¿Cuál es el capital que ha aportado cada socia?**

**57. Responde si las siguientes afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F):  
En los estatutos de la sociedad limitada es obligatorio que aparezcan los datos de identificación de todos los socios.**

**El socio que según los estatutos sea el administrador debe tener un sueldo por ser el administrador según la ley de sociedades.**

#### **SOCIEDAD LABORAL (S.L.L.- S.A.L.):**

Es una sociedad con carácter mercantil, el capital está constituido por las aportaciones de los socios y se encuentra dividido en acciones o participaciones y en la que al menos el cincuenta y uno por ciento del capital social pertenece a los trabajadores que prestan en ella sus servicios retribuidos en forma directa, personal y por tiempo indefinido. Ninguno de los socios podrá poseer acciones o participaciones que representen más de la tercera parte del capital social.

Nº DE SOCIOS: como mínimo tres.

CAPITAL SOCIAL: como mínimo tienen que aportar para S.L.L. 3.005,06 € y para S.A.L. 60.101,21 €.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Limitada a la aportación.

OBLIGACIONES FISCALES: Tributan a través del Impuesto de Sociedades. El tipo aplicable será el 35%, o si la empresa es de reducida dimensión, con arreglo a la siguiente escala: por los primeros 120.202,42€, el 30%, y por el resto, el 35%. Tendrán una bonificación en el Impuesto de Sociedades del 50%. También pagan impuestos a través del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

En la mayoría de los casos está exenta del Impuesto de Trasmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

ÓRGANOS RECTORES Y DE ADMINISTRACIÓN: Junta General de Accionistas, Administrador y Consejo de Administración si son más de dos para la S.A.L. y Junta General de Accionistas y Administrador para la S.L.L

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**58. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**59. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

#### COOPERATIVA (S. COOP. AND.):

Es una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, con una estructura y funcionamiento democrático.

Es una forma jurídica muy útil para personas que necesiten unirse para realizar actividades empresariales, basándose en la colaboración de sus socios para el logro de un objetivo común.

Nº DE SOCIOS: como mínimo tres.

CAPITAL SOCIAL: como mínimo tienen que aportar 3.005,06 €.

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: Limitada salvo disposición contraria en los Estatutos.



**OBLIGACIONES FISCALES:** Tributan a través del Impuesto de Sociedades. El tipo aplicable será el 20%, Tendrán una bonificación en el Impuesto de Sociedades del 50%. También pagan impuestos a través del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

En la mayoría de los casos está exenta del Impuesto de Trasmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

**ÓRGANOS RECTORES Y DE ADMINISTRACIÓN:** Junta General de Accionistas, Administrador y Consejo de Administración si son más de dos para la S.A.L. y Junta General de Accionistas y Administrador para la S.L.L

La cooperativa es una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático.

Estas sociedades son útiles para empresas que tengan por objeto la colaboración de sus socios para el logro de un objetivo común, sobre la base de una ayuda mutua y de la creación de un patrimonio común indivisible y sin ánimo de lucro.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**60. Explica con tus palabras esta forma jurídica y pon un ejemplo cercano.**

**61. Escribe las ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de adaptar nuestro proyecto de empresa a esta forma jurídica.**

A modo de conclusión ...

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**62. Haz un breve esquema de las formas jurídicas completando el siguiente cuadro:**

**Forma jurídica**

- **Nº de socios**
- **Capital mínimo**
- **Responsabilidad**

**Empresario individual**

**Sociedad Civil**

**Sociedad Limitada**

**Sociedad Cooperativa**

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**63. Una empresa de decoración la constituyen inicialmente 4 amigas: Ana, Beatriz, Carmen y Daniela (ANBECADA). No saben qué forma jurídica elegir. Responde V ó F a las siguientes opciones.**

- 1** Saben que no puede ser en régimen de cooperativa, porque necesitarían 1 socio más.
- 2** Mejor formar una Sociedad Anónima o Sociedad Limitada, ya que los trámites son muy sencillos así como el funcionamiento.
- 3** Sólo pueden formar una Sociedad Laboral si trabajan los 4.

**64. Existen otras formas jurídicas además de las que hemos estudiado. Investiga en internet o en algún organismo público y escríbe el nombre de algunas de ellas.**

### **OTRAS FORMAS DE EMPRENDER:**

Existen otras formas de emprender, cuando el motivo que nos mueve a hacerlo no tenga como fin el ánimo de lucro, sino un deseo de realización personal, la ayuda a otras personas, el apoyo a causas culturales o medioambientales, etc.

#### **- ASOCIACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO**

Se define asociación como un conjunto de personas que se pueden reunir o agrupar con algún fin común, y que en este caso se caracterizan por no tener ánimo de lucro.

La asociación sin ánimo de lucro se crea para favorecer a terceros y no para recibir beneficios ni gozar de sus servicios, por lo cual, los beneficios que se obtengan del desarrollo de las actividades de la asociación se destinarán a la propia entidad para que ésta pueda seguir desarrollando sus actividades. Así, la colectividad obtendrá de mejor manera los objetivos que la asociación persigue.

Los fundadores de una asociación han de ser dos o más personas que decidirán las características de la asociación.

A la reunión definitiva que sirva para dar luz verde a la asociación se le denomina Reunión de Fundadores, que puede no ser una única reunión. Los socios fundadores





han de ser personas físicas con capacidad de obrar. Pueden tomar las siguientes decisiones:

- Constituir una (y sólo una) asociación determinada, con un fin determinado y una localización determinada.
- La aprobación de los estatutos sociales.
- Nombrar a los representantes legales para que lleven a trámite la inscripción.

Sobre la reunión se ha de realizar un acta fundacional que ha de incluir por ley una serie de puntos. La asociación está obligada a presentar dos copias de dicha acta en la Delegación de Gobierno de la comunidad autónoma correspondiente a la hora de inscribirse. Para ello se tiene un tiempo máximo de 5 días tras la celebración de la reunión.

#### **- EL BANCO DEL TIEMPO**

Tus capacidades, tus conocimientos y tus competencias valen dinero. Busca el anexo “El Banco del Tiempo” y realiza las actividades que se plantean.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

##### **65. Busca en internet, en las páginas amarillas o en revistas:**

- **2 empresas locales (que sólo trabajan en tu localidad)**
- **2 empresas nacionales.**
- **2 empresas internacionales.**

y completa el cuadro adjunto:

**Nombre de la empresa**

**Forma jurídica**

**Teléfono**

**Razón Social**

**Página web**

**Correo electrónico**

Se sugiere que como actividad final de este apartado se invite a un funcionario de Hacienda para resolver las dudas, mostrarnos los formularios que debemos cumplimentar y, en fin, quitarnos los miedos.



## 7. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Después de todo lo expuesto vamos a decidir la forma jurídica de nuestra empresa.

No existen criterios exactos que permitan determinar la forma empresarial más adecuada en cada caso concreto, ya que cada proyecto presentará unas características propias que requerirán su estudio particular. Pero sí se pueden citar algunos aspectos generales a tener en cuenta en el momento de efectuar la elección:

- **Tipo de actividad a ejercer:** la actividad que vayamos a desarrollar con nuestra empresa puede condicionar la elección de la forma empresarial en aquellos casos en que en la normativa aplicable se establezca una forma concreta.
- **Número de promotores:** el número de personas que intervengan en el lanzamiento de una nueva empresa también puede condicionar la elección. Así, cuando sean varios los promotores lo aconsejable será constituir una Comunidad de Bienes o una Sociedad (sin olvidar que las Sociedades Anónimas y la de Responsabilidad Limitada pueden ser unipersonales).
- **Responsabilidad de los promotores:** este es un aspecto importante a tener en cuenta, dado que, en función de las responsabilidades que el promotor o promotores estén dispuestos a asumir en el desarrollo del proyecto empresarial, se optará por una u otra forma jurídica. La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado (sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, etc.) o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio mercantil como al civil (empresario individual, sociedad civil, etc.).
- **Necesidades económicas del proyecto:** la dimensión económica del proyecto a desarrollar influye en la elección, teniendo en cuenta además, que para constituir determinadas sociedades se exige un capital mínimo.
- **Aspectos fiscales:** los resultados previstos en el ejercicio de la actividad empresarial y la contribución fiscal que por los mismos se haya de efectuar, es un aspecto importante a tener en cuenta a la hora de realizar la elección. Por ello, habrá que estudiar detalladamente los costes fiscales que la empresa habrá de soportar. Por ejemplo, las sociedades tributan a través del Impuesto de Sociedades, y las Comunidades de Bienes en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas de cada uno de sus integrantes, en el que el tipo impositivo va elevándose según van incrementándose los beneficios.



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**66. Razóna qué forma jurídica elegirías para cada una de las siguientes empresas:**

- Una empresa de importación de aparatos electrónicos, que según el estudio de viabilidad ofrece la posibilidad de ganar mucho dinero, pero en la que se arriesga una cantidad elevada de capital, y que está formada por varios socios que se conocen poco.
- Una empresa de diseño de interiores, con poca inversión y pocas posibilidades de perder el dinero de la inversión. Formada por 2 socias que se conocen perfectamente y que confían la una en la otra.

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**67. Elegiremos una forma jurídica para nuestra idea de negocio, teniendo en cuenta las ventajas e inconvenientes de todas las formas jurídicas y razonando qué es lo que más valoras en la forma jurídica elegida.**

## GLOSARIO

- **ACCIONES:** es la forma en que está dividido el capital social de una sociedad anónima.
- **ACCIONISTAS:** son los dueños de las acciones de una sociedad anónima.
- **ANÁLISIS DE MERCADO:** es la labor cuidadosa y objetiva, de recopilación, anotación y estudio de datos acerca de problemas vinculados con la comercialización de bienes y servicios.
- **ÁNIMO DE LUCRO:** es la intención de ganar dinero.
- **AUTOEMPLEO:** el autoempleo es crearse uno mismo su puesto de trabajo, solo o en compañía.
- **AUTÓNOMO:** se entiende por Empresario Individual, también denominado trabajador autónomo, aquella persona física que realiza en nombre propio o por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional.
- **ESTATUTOS:** son las reglas fundamentales del funcionamiento de una sociedad y, pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios.
- **CAPITAL SOCIAL:** es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.
- **COMUNEROS:** así se llaman a los socios de una Comunidad de Bienes.
- **COMUNIDAD DE BIENES:** es un contrato por el cual la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece pro indiviso a varias personas llamadas comuneros.
- **COOPERATIVA:** sociedad formada entre productores, consumidores o vendedores para la utilidad común de los socios, con la característica particular de que la sociedad está democráticamente controlada a través del principio 1 persona = 1 voto.
- **IMPUESTO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (IAE):** todo el mundo debe darse de alta, pero para volúmenes de negocio pequeños no hay que pagar.
- **IMPUESTO DE SOCIEDADES (IS):** el Impuesto de Sociedades es un impuesto que grava los beneficios de las entidades jurídicas, es decir, no sólo a las empresas de todo tipo, sino también a Asociaciones y Fundaciones.
- **IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (IRPF):** es un impuesto que grava los ingresos y plusvalías que tiene cualquier ciudadano, ya sea empresario o no, a lo largo de un año.



- **IMPUUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA):** es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y que grava las siguientes operaciones: las entregas de bienes y prestaciones de servicios, las adquisiciones intracomunitarias de bienes y las importaciones de bienes.
- **NICHO DE MERCADO:** sector de un mercado que no está agotado con los productos o servicios existentes.
- **OBLIGACIONES FISCALES:** son las obligaciones que tienen las empresas con el Estado. Económicamente lo hacen a través de Hacienda.
- **PARTICIPACIONES:** es el nombre que damos a cada división del capital social de una sociedad.
- **PERSONA FÍSICA:** es cualquier persona, pero en economía tiene un matiz especial al ser el concepto complementario de persona jurídica. La persona física es el individuo del género humano susceptible de ser sujeto de derechos y obligaciones.
- **PERSONA JURÍDICA:** la ley otorga la capacidad de tener derechos y obligaciones a las sociedades formadas por una o más personas. Estas sociedades adquieren personalidad jurídica. Este concepto es complementario de la personalidad física.
- **PRO INDIVISO:** cuando la propiedad de una cosa o un derecho pertenece en comunidad a varias personas en común sin división entre los mismos.
- **RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS:** es la cantidad que los socios arriesgan con la inversión en una empresa. Cuando la responsabilidad es limitada, el socio sólo arriesga el capital aportado, ya sea en forma de acciones o de participaciones. Cuando la responsabilidad es ilimitada, el socio arriesga todos sus bienes, presentes y futuros.
- **SOCIEDAD ANÓNIMA:** empresa cuyo capital social está distribuido en acciones y que limita la responsabilidad de sus socios al capital aportado.
- **SOCIEDAD LABORAL:** es una sociedad en la que al menos el 51% del capital social pertenece a los trabajadores que prestan en ella sus servicios retribuidos en forma directa, personal y por tiempo indefinido.
- **SOCIEDAD LIMITADA:** es una sociedad mercantil cuyo capital está integrado por participaciones sociales, con la ventaja para los socios que éstos no responderán personalmente de las deudas sociales, ni siquiera cuando se agote el patrimonio social.
- **SOCIEDAD MERCANTIL:** (la sociedad anónima y la sociedad limitada lo son)
- **SOCIO:** los socios son las personas que comparten una misma empresa. Pueden serlo a partes iguales, o puede uno de ellos tener más participación en la empresa que otros. También existen socios que no aportan dinero, pero sí su trabajo.
- **TRABAJO POR CUENTA AJENA:** es el empleo que una persona realiza para otra persona o empresa.

- TRABAJO POR CUENTA PROPIA: es el empleo que ejerce una persona para sí, como trabajador autónomo.
- YACIMIENTOS DE EMPLEO: son los sectores que ofrecen ya hoy, y que ofrecerán sobre todo en el futuro, grandes posibilidades de trabajo, ya que existe una inmensa oferta de puestos de trabajo sin cubrir.

## WEBGRAFÍA

- FUNDACIÓN RED – ANDALUCÍA EMPRENDE. Muy interesante buscar proyectos emprendedores en la “Biblioteca de Experiencias y Proyectos Empresariales”.  
<http://www.a-emprende.net>
- AGENCIA IDEA – AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO. Ofrece incentivos y servicios a las empresas y a los emprendedores de la región.  
<http://www.agenciaidea.es>
- SISTEMA DE INFORMACIÓN MULTITERRITORIAL DE ANDALUCÍA (SIMA). Información de utilidad para sus objetivos emprendedores, siempre que esté relacionada con la demografía, la sociedad, la economía y el medioambiente de algún municipio y/o provincia de la Comunidad Autónoma de Andalucía.  
<http://www.juntadeandalucia.es/iea/sima>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Datos estadísticos para conocer y analizar la actualidad económica, demográfica y social de España.  
<http://www.ine.es>
- SEGURIDAD SOCIAL. Lo que más nos interesa es el apartado donde hace referencia a nuestra inscripción como empresarios.  
<http://www.seg-social.es>
- AGENCIA TRIBUTARIA. En esta página obtendremos de forma muy ordenada y esquemática cuáles son nuestras obligaciones fiscales como empresa o como autónomo.  
<http://www.aeat.es>
- EMPRENDEDOR XXI. Página muy amena y completa con una interesante Guía multimedia del emprendedor. Es interesante que realicemos el Test del Emprendedor para evaluar nuestras actitudes y aptitudes emprendedoras.  
<http://www.emprendedorxxi.es>
- TU EUROPA – EMPRESAS. Información muy práctica e interesante y recomendaciones para gestionar un negocio en otro país de la UE.  
<http://ec.europa.eu/youreurope/nav/es/business/index.html>



UNIDAD DIDÁCTICA 2:  
herramientas

de comunicación



## Herramientas de comunicación

### 1. INTRODUCCIÓN

Una vez que hemos decidido a qué se va a dedicar nuestra empresa, le hemos puesto un nombre y hemos optado por una forma jurídica, es el momento de comenzar otra fase de nuestro trabajo. Hay mucho por hacer y para ello debemos crear un equipo eficiente.

La eficacia de los equipos de trabajo depende en gran medida de la confianza depositada en la empresa, y de su capacidad de organización y de comunicación. Debemos tener en cuenta que muchas empresas fracasan simplemente por no saber comunicarse.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1. A lo largo de la vida de nuestra empresa vamos a tener la necesidad de contactar con determinadas instituciones, personas y entidades. Anota las entidades que se te ocurran y qué herramienta crees más adecuada para comunicarnos con cada entidad:**

En todas estas relaciones intervienen personas, que pueden cometer errores. Y un peqeñísimo error puede ocasionar no sólo la pérdida de información sino un cambio radical en el significado del mensaje. Veamos, como ejemplo, lo que sucedió en un pequeño comercio de Sevilla:

*La dueña de una pequeña mercería necesitaba reponer el género que iba vendiendo y para ello, como era habitual, lo pidió a uno de sus proveedores. El paquete se extravió en la empresa de transportes. Durante días estuvo dando excusas a sus clientes y cada vez necesitaba el paquete con más urgencia. Después de 2 semanas de lla-*

madas telefónicas, se decidió a formular una queja por escrito al correo electrónico del comercial que le debió suministrar el género. Pero al terminar la carta la cierra diciendo “... les pedimos que ya no traigan el pedido”, cuando quería decir “... les pedimos que ya nos traigan el pedido”. La empresa proveedora canceló el pedido, por lo cual se retrasó aún más. Una pequeña errata tipográfica hizo que lejos de solucionar el problema, continuara sin resolver durante semanas.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 2. ¿Qué crees que falló en la comunicación anterior?

La comunicación consiste en transmitir información. Pero para considerar buena una comunicación se deben cumplir una serie de requisitos:

- 1 La información transmitida tiene que ser exacta.
- 2 El mensaje debe ser expresado y comprendido claramente.
- 3 Tiene que existir una respuesta

Los tiempos de respuesta han cambiado con las nuevas tecnologías de la comunicación. Con el correo postal se podía considerar normal un plazo de 10-15 días desde que nosotros enviamos una carta hasta que obtenemos una respuesta. Actualmente puede considerarse razonable 1 ó 2 días para que el receptor del mensaje envíe un “OK” o “recibido”, y no más de 5 días para recibir la respuesta de correo elaborada.

## 2. LA COMUNICACIÓN

La comunicación nos sirve para relacionarnos con los demás miembros de la empresa o de fuera de ella, expresando ideas, deseos, sugerencias, ...

En el proceso de comunicación, siguiendo los manuales de lengua, intervienen los siguientes elementos:

- 1 **EMISOR.** Es la persona que emite información.
- 2 **RECEPTOR.** Es la persona que recibe la información.
- 3 **MENSAJE.** Es la información que se transmite.
- 4 **CÓDIGO.** Son los símbolos que utilizamos para comunicarnos con los demás. Para que exista comunicación el emisor y el receptor deben compartir el mismo código. Se llama codificación al proceso que realiza el emisor para convertir una idea o pensamiento en un mensaje y descodificación al proceso que realiza el receptor para convertir el mensaje en una idea.





- 5 **MEDIO.** Es el elemento que hace posible que el mensaje se transmita.
- 6 **CANAL.** Es por donde el emisor emite el mensaje y por donde el receptor lo recibe.
- 7 **RETROALIMENTACIÓN.** No siempre existe. Es la respuesta que el receptor da al emisor una vez que ha recibido el mensaje y permite reelaborar y consolidar el mensaje.

El proceso de la comunicación se da en varios pasos:

- 1 Un EMISOR convierte sus pensamientos en un mensaje (utilizando un CÓDIGO, el emisor codifica el MENSAJE).
- 2 El mensaje realiza un recorrido (a través del CANAL y gracias a la existencia de un MEDIO) hasta llegar a un RECEPTOR.
- 3 El receptor descodifica el mensaje (utilizando un CÓDIGO, el receptor convierte el mensaje e pensamientos)
- 4 El receptor interpreta lo que el emisor le ha querido decir, para enviar una respuesta al emisor.

Continuamente nos vamos a comunicar. Los canales más empleados son el oral y el escrito, aunque existen otros. Y los usaremos utilizando diferentes métodos de comunicación. Los más habituales en el mundo de la empresa son la comunicación verbal, cartas comerciales, informes, actas, gráficos, ... y se usan a través de herramientas muy conocidas, como el correo postal, el fax y el teléfono o a través de las nuevas, como el correo electrónico, el chat o la videoconferencia, que son tanto o más útiles que las anteriores.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

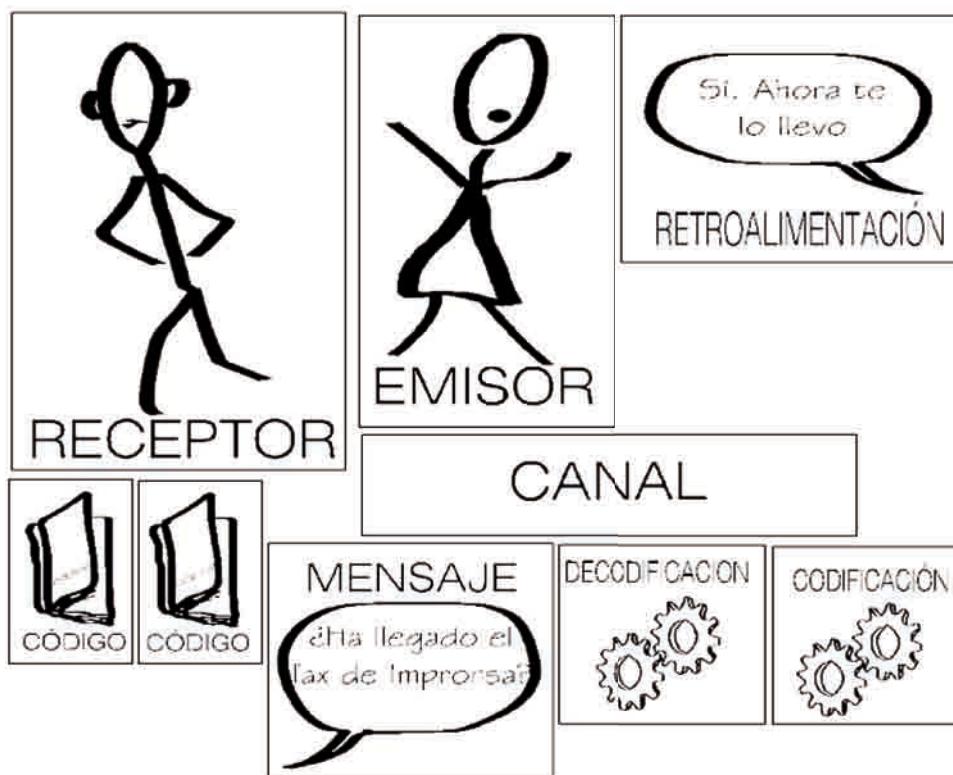
### 3. Explica qué forma tienen de comunicarse los interlocutores de las siguientes situaciones. Piensa cual será el canal, el medio y si hay retroalimentación instantánea.

- Dos personas que quedan para fijar el precio de un producto. Están en el mismo lugar al mismo tiempo:
- Dos personas que comparten el mismo lugar de trabajo por turnos, pero no coinciden en el tiempo, y necesitan aclararse el uno al otro cuáles son las tareas que quedan por hacer:
- El jefe quiere dar instrucciones a uno de sus comerciales que está de viaje para cerrar una venta:
- Cinco personas que están en distinto lugar y quieren comunicarse en tiempo real:
- Dos personas que hablan distinto idioma y ninguno sabe el idioma del otro. Comparten espacio y tiempo:
- Una persona debe trasladar el resultado de la encuesta que su jefe le encargó hace 10 días:
- El jefe quiere informar a sus diez empleados del nuevo horario de trabajo:

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

- 4. Los dibujos de abajo los tienes en tu cuaderno de actividades como adhesivos. Úsalos y colócalos en orden, elaborando un esquema donde estén conectados los elementos que participan en un proceso de comunicación.**



### 3. BARRERAS Y DIFICULTADES EN LA COMUNICACIÓN

En el proceso de comunicación debe existir un paso previo de reflexión que responda a las preguntas: ¿qué queremos decir? y ¿cómo lo queremos decir?

En algunos casos, aunque un emisor codifique un mensaje y un receptor lo decodifique, no existe una buena comunicación. Se produce un intercambio de mensajes con más o menos sentido pero que no consiguen los objetivos que se habían propuesto. Hay muchos obstáculos que pueden dificultar una buena comunicación.



**Relacionados con el emisor:**

- No expresar claramente el mensaje.
- Decir algo inadecuado o desagradable.
- Cambiar el tema de conversación.
- No centrarse en el tema que se trata.
- No mirar al receptor.
- No estar pendiente de las señales que emite el receptor.
- Decir algo que no se corresponde con los gestos que hace el receptor.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**5. Seguro que recuerdas algún caso en que se produjo una mala comunicación a causa de alguna barrera relacionada con el emisor. Cuénta tu experiencia y señala cuál fue la barrera principal**

**Relacionados con el receptor:**

- No comprender lo que dice el emisor.
- No pedir explicaciones al emisor.
- Interrumpir al emisor cuando está hablando.
- Pensar en algo diferente a lo que el emisor le cuenta.
- Hacer otra cosa mientras el emisor habla, distrayendo su atención.
- Entender algo distinto a lo que el emisor quiere transmitir.
- Problemas físicos o fatiga.

**Relacionados con el mensaje:**

- Ambiguo, poco claro.
- Mensaje demasiado breve.
- Mensaje demasiado extenso.
- Uso de muletillas.
- Frases sin terminar.
- No expresar la idea principal dando muchos rodeos.

**Relacionados con el contexto:**

- No buscar el momento oportuno.
- No elegir el lugar adecuado.
- Las interferencias.
- No tener en cuenta las personas que están alrededor.

**Relacionados con el código:**

- No usar el mismo código el emisor y el receptor.
- No adaptar el vocabulario a la situación o la persona con la que hablamos.
- Utilizar expresiones propias de jergas.
- Usar dobles sentidos.

**Relacionados con el canal:**

- No elegir el canal adecuado.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****6. Razona si sería una buena o mala elección del canal el querer explicar la forma de un árbol sólo con palabras.**

Todos estos obstáculos dificultan la comunicación y ocasionan una disminución constante de la información como consecuencia del filtraje y las distorsiones que sufre.

**• Los filtros:**

Cuando se recibe una información, se recuerda con preferencia aquella parte que se considera más necesaria o más interesante. Cuando se retransmite esa información se hace de forma fragmentada y así sucesivamente.

**• Las distorsiones:**

En muchas ocasiones el contenido de la información se transforma como consecuencia de las barreras de la comunicación o por algún mecanismo de manipulación de la percepción.

En conclusión, con los filtros no pasan ciertas informaciones, con las distorsiones pasan, pero transformadas.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**7. Inventa un ejemplo de cómo el proceso de comunicación puede ocasionar el efecto de filtro o de distorsión que hemos visto.**

- Filtros
- Distorsiones

### LA PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD

Un obstáculo que afecta a la comunicación y que está siempre presente es la diferente percepción de la realidad que tenemos unos y otros de un mismo hecho o acontecimiento. Incluso un objeto puede ser percibido de distinta forma según la persona que lo esté observando. Y es que la realidad no siempre es objetiva.

Las personas la percibimos dependiendo de diversos factores: la cultura, los valores, la educación, experiencias vividas, las creencias, las opiniones, costumbres familiares, el nivel de formación, etc.

Por eso, en una empresa, donde las personas que la componen no tienen iguales opiniones, experiencias, nivel de formación, etc. perciben de forma desigual los mismos hechos.

Existen una serie de mecanismos por los que se manipula la percepción ante una misma realidad, y son los siguientes:

- **Etiquetas o estereotipos:** Hacen referencia a que se tiende a clasificar a las personas por grupos: bueno/malo, inteligente/tonto. Así, existen estereotipos como que los alemanes son organizados, pero poco imaginativos, las chicas rubias son tontas, los catalanes son ahorrativos, etc.
- **Efecto halo:** A partir de un rasgo que conocemos de una persona coloreamos el resto de su personalidad. Por ejemplo: si una persona inteligente comete una equivocación pensamos “eso le pasa a cualquiera”, si esa misma equivocación la comete una persona que consideramos estúpida pensamos “sólo le pasa a él”.
- **Proyección:** es el proceso mediante el cual atribuimos nuestros propios sentimientos o forma de ser a otras personas. Sucede a veces que atribuimos nuestra propia malicia o desconfianza a otras personas de la empresa.
- **Expectación:** Es el proceso a través del cual una persona cree que ocurre aquello que espera. Por ejemplo, si esperamos un buen trabajo de un buen empleado, lo miraremos con mejores ojos y veremos un buen trabajo.
- **Percepción selectiva:** Hace referencia al mecanismo manipulador que hace que sólo veamos una parte de la realidad.

#### 4. ¿COMO REDUCIR LAS DIFICULTADES DE COMUNICACIÓN?

Debemos crear mecanismos para que la información se transmita del modo más eficaz posible, ya que una buena comunicación en la empresa nos permitirá mejorar la comprensión entre las personas, resolver situaciones nuevas, estimular la aparición de nuevas ideas y, en general, tomar decisiones acertadas.

Para que exista una buena comunicación en nuestra empresa debemos:

- Utilizar adecuadamente la retroalimentación (feedback). La información debe ser sencilla y fácil de entender. La retroalimentación más acertada y eficiente es el cara a cara.
- Desarrollar la empatía (ponernos en la posición del receptor). Así entenderemos mejor a los demás.
- Usar un lenguaje sencillo y directo, para que los demás nos puedan entender.
- Utilizar la información con eficacia. Esta debe ser:
  - **Completa.** Cuando un tema no puede ser expuesto en toda su totalidad es mejor no informar, o notificar las causas que impiden dar la totalidad de la información.
  - **Suficiente, pero no excesiva.** Un exceso de información acarrea una pérdida y puede provocar que lo verdaderamente importante quede oculto por lo superfluo.
  - **Comprensible.** Es preciso que la información sea entendible por el receptor. Si el mensaje es complicado es necesario explicarlo de distintas maneras para asegurar que lo entiende el receptor.
  - **Actualizada.** La comunicación debe ser permanente, ya que tiene más valor cuanto más actual es.
  - **Adaptarla a cada nivel,** un exceso de información puede acarrear una pérdida de tiempo.
- Escuchar, además de hablar.

*Otra alternativa para reducir las dificultades de la comunicación es elaborar un análisis DAFO. Consiste en establecer las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que se presentan en una empresa. Las debilidades y fortalezas son internas a la empresa y las amenazas y oportunidades son externas. Así, podremos elaborar un diagnóstico y medidas correctoras.*



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**8. El dueño de una empresa da las instrucciones de trabajo de todos los empleados al director de la empresa. Éste la retransmite a cada uno de los jefes de sección para que cada uno de ellos explique a los empleados el trabajo que harán a lo largo de la semana. Piensa cuál será el canal más adecuado para evitar las pérdidas de información y para que la comunicación sea eficiente.**

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**9. Haz un breve resumen de cómo crees que puedes mejorar para que la comunicación que dependa de tí sea lo más eficiente posible.**

## 5. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Para conseguir comunicar nuestras ideas, tanto dentro como fuera de la empresa, debemos habituarnos a usar correctamente las herramientas más comunes del mundo laboral. La carta, el fax, el teléfono y el correo electrónico se usan a diario en la mayoría de las empresas, y saber usarlas correctamente nos servirá para dar instrucciones precisas, para comunicar las ventajas de nuestros productos o servicios y para proyectar una imagen de marca en cada escrito o comunicación que realicemos.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**10. Comencemos por hacer un cuadro-resumen de las principales características de cada una de las herramientas de comunicación.**

*Canal (oral, escrito, gestual)*

*Estilo (formal, informal)*

*Respuesta inmediata (sí/no)*

*Permite comunicación a distancia (sí/no)*

- Reunión
- Carta
- Fax
- Videoconferencia
- Correo electrónico
- Mensajería instantánea (chat)
- Teléfono
- SMS

## A. LA CARTA

El envío de algunas cartas no puede ser sustituido ni por una llamada de teléfono, ni por una visita en persona, ni siquiera por un fax. Pueden ser varios los motivos: Podemos preferir un medio escrito porque queremos que quede constancia escrita de una serie de datos que de otra forma podrían perderse, también porque queremos que llegue exactamente la misma información a varias personas. Y podemos preferirlo al fax simplemente porque queremos que llegue con una impresión de calidad y en color.

En las cartas se usa un lenguaje formal y se escriben siguiendo un esquema como el del dibujo. En él se distinguen las siguientes partes:

- Encabezamiento.
- Cuerpo.
- Cierre.

### Encabezamiento.

El encabezamiento está situado en la parte superior de la carta y debe contener los siguientes datos:



Montechévolo Autódromos,  
Soc. Coop. And.

Calle Innovación, nº 1  
41807 Espartinas  
Sevilla



954 549 495

Aromas del Mundo, S.L.  
C/ San Lorenzo, 11  
41100 Coria del Río  
Sevilla

A/A de la Sra. Urday

Espartinas, 23 de marzo de 2007

Asunto: Pedido de 75 cajas de jabones.

Estimada Sra. Urday:

 Montechévolo Autódromos,  
Soc. Coop. And.

Calle Innovación, nº 1  
41807 Espartinas  
Sevilla

 954 549 495

Aromas del Mundo, S.L.  
C/ San Lorenzo, 11  
41100 Coria del Río  
Sevilla

A/A de la Sra. Urday

Espartinas, 23 de marzo de 2007

Asunto: Pedido de 75 cajas de jabones.

Estimada Sra. Urday:

Con fecha 20 de marzo hemos recibido su petición de 75 cajas de jabones surtidos de nuestra promoción que finaliza el 31 del presente mes.

Lamentamos comunicarle que actualmente no disponemos de esa cantidad en nuestro almacén, pero tras consultarla con el resto de los socios le surtiremos con 53 cajas que saldrán hoy mismo. Las 22 cajas restantes quedan pendientes para la primera semana de abril, que serán facturadas en las mismas condiciones de la promoción de marzo.

Como compensación por los inconvenientes que hayamos podido ocasionarles en la demora les enviamos una caja de los nuevos ambientadores de nuestro catálogo.

Le saluda atentamente,

José Vidal  
Departamento de Administración

 **Datos del remitente** (el que escribe la carta). Cuando escribamos una la carta debemos aprovechar para que aparezca la imagen de nuestra marca o empresa, por eso en la mayoría de las cartas el remitente no se limita a poner su dirección postal, sino que además coloca su logotipo, página web, teléfono, dirección electrónica, ...



■ **Los datos del destinatario (el que la recibe).** Cuando enviamos una carta a una empresa es conveniente dirigirla a una persona en concreto, para evitar extravíos. Cuando la empresa no se conoce, se puede dirigir de forma genérica al departamento que concierne el asunto que estamos tratando. Por ejemplo, podemos dirigirla al “Departamento de Recursos Humanos”, si la carta tiene que ver con contratación, o al “Departamento de Publicidad” si tiene que ver con esa materia. Y tampoco pasa nada si nos tenemos que inventar un cargo o un departamento. Una carta llegará antes a su destino si en el destinatario incluimos “Al responsable de ropa de seguridad” que si no ponemos nada.

■ **Lugar y fecha del envío.** Especialmente la fecha tiene mucha importancia, sobre todo a la hora de hacer reclamaciones posteriores.

■ **Asunto.** Es un anticipo de lo que va a tratar la carta, para que rápidamente y de un vistazo el remitente se ponga en situación.

■ **Saludo.** Existen muchas fórmulas para saludar y depende del grado de confianza, del cargo que ostenten uno y otro y, por supuesto, del estilo de la persona que escribe.

### Cuerpo

El cuerpo es el alma de la carta. Es la parte más personal y más diferente entre una carta y otra. El cuerpo debe ajustarse al tema que se trate y seguir un esquema para que el que la reciba pueda entenderla rápidamente.

Una forma fácil de escribir una carta es relajarse y conversar imaginariamente con la persona a la que estamos escribiendo. Sí, conversar y anotar todo lo que tenemos que decirle. Después en un repaso ordenaremos todas las ideas.

Para ordenar el cuerpo de una carta es conveniente dividirlo en 3 partes (que no necesariamente tienen que ser 3 párrafos).

■ La primera parte hará las veces de introducción al tema y responderá a las preguntas ¿por qué escribo esta carta? o ¿por qué surge este asunto?.

■ La segunda es el desarrollo del asunto y la comunicación de toda la información importante, y responderá a las preguntas ¿para qué escribo esta carta? o ¿que quiero decir?

■ La tercera parte es la conclusión de toda la carta. Debe ser breve, servir de resumen o conclusión y ser lo más positiva posible.



Con fecha 20 de marzo hemos recibido su petición de 75 cajas de jabones surtidos de nuestra promoción que finaliza el 31 del presente mes.

Lamentamos comunicarle que actualmente no disponemos de esa cantidad en nuestro almacén, pero tras consultarla con el resto de los socios le surtiremos con 53 cajas que saldrán hoy mismo. Las 22 cajas restantes quedan pendientes para la primera semana de abril, que serán facturadas en las mismas condiciones de la promoción de marzo.

Como compensación por los inconvenientes que hayamos podido ocasionarles en la demora les enviamos una caja de los nuevos ambientadores de nuestro catálogo.

### Cierre

El cierre se sitúa después del cuerpo y debe incluir:

**III Despedida.** Existen fórmulas para despedirnos, igual que para el saludo, y dependerán del remitente y del destinatario de la carta.

**III Firma.**

**III Nombre.**

**III Cargo que ocupa en la empresa.**

Le saluda atentamente,



José Vidal  
Departamento de Administración

### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

#### **11. Observa y reflexiona sobre los modelos de carta que te enseña tu profesor o profesora.**

- ¿Respetan la estructura anterior?
- ¿Son fáciles de entender?
- ¿Cuáles te gustan más? y ¿por qué?

Ahora vamos a redactar dos cartas:



### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**12. Una carta dirigida a una empresa que nos pueda servir como proveedora, para darnos a conocer como empresa e interesarnos por sus productos.**

**13. La otra dirigida al equipo directivo del centro solicitando su colaboración en todas las acciones que desarrolle la empresa a lo largo del curso.**

## B. El Fax

No hay diferencia entre la forma de recibir una carta o un fax. Las diferencias las encontramos a nivel técnico en cuanto a:

**Rapidez en la recepción.** El fax es inmediato, mientras que la carta puede tardar varios días.

Montechévolo Autódromos,  
Soc. Coop. And.

Calle Innovación, nº 1  
41807 Espartinas  
Sevilla

954 549 495

### Envío de fax

Destinatario: Aromas del Mundo, S.L.

Nº de fax: 91 231 23 34

Fecha: 23 de marzo de 2007

Para: Sra. Urday

De: José Vidal

Cargo: Departamento de Administración

Asunto: Pedido de 75 cajas de jabones.

Nº de páginas (incluida ésta): 2

Firma:



**Calidad de la recepción.**

Mientras la carta envía el original, con el fax se recibe una copia a menudo de muy baja calidad, y siempre en blanco y negro.

En algunas empresas el fax está siempre encendido y recibiendo documentación, por lo que las páginas de un escrito pueden mezclarse en la bandeja con la del escrito siguiente. Por eso es conveniente numerar todas las páginas que enviamos y encabezar el escrito con un documento que sirva de resumen del contenido del envío.

Como modelo puede servir el del dibujo.



#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

- 14. Conociendo las diferencias que hay entre carta y fax, busca algún ejemplo en que sea más conveniente usar el fax y explica por qué.**
- 15. Crea tu propio modelo de página para el encabezamiento de envío de faxes. Puedes utilizar un procesador de textos (OpenOffice Writer, Microsoft Word), un programa para presentaciones (Impress, Powerpoint) o cualquier programa de diseño (Inkscape, Freehand).**

### C. EL CORREO ELECTRÓNICO

Si bien todo lo dicho para la carta es aplicable al correo electrónico, en la práctica tanto la forma como el lenguaje que se usa en este medio es más informal. Claro que siempre dependerá del nivel de confianza que exista entre remitente y destinatario.

Cada vez su uso es mayor y está sustituyendo tanto a la carta como al fax, debido a sus múltiples ventajas. Entre ellas, la recepción, que es inmediata y que se pueden adjuntar todo tipo de archivos: de imagen, de vídeo, de voz, escritos, etc.

Si se dispone de un ordenador con conexión a internet tanto el alta como su uso es ilimitado y gratuito.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

- 16. Si aún no tienes cuenta de correo, date de alta con el servidor que prefieras. Algunos muy habituales son hotmail, yahoo o gmail, pero hay muchos más.**
- 17. Escribe un correo electrónico a cada una de tus compañeras para presentarte y comunicarles tu dirección.**
- 18. Habla con tus compañeras sobre el correo electrónico sobre qué ventajas presenta frente a la carta y el fax, ¿por qué no lo usarías? o si puede servirnos también para nuestra vida personal.**

### D. EL TELÉFONO

Es un medio de comunicación muy conocido, de uso diario para la mayoría de la población. No obstante, a la hora de abordar una llamada importante se debe preparar convenientemente, ¿cómo?:



■ Llevando anotadas las ideas que queremos comunicar.

■ Teniendo siempre un papel y un bolígrafo durante la llamada para tomar nota de las respuestas o ideas de nuestro interlocutor. Al terminar la llamada pasar las notas nuestra agenda, cuaderno, ...

■ Cuidando la vocalización y el tono de nuestra voz para que a la persona que nos oye le resulte agradable mantener la conversación.

En muchas ocasiones, el primer contacto que se tiene con una persona u organización es por medio del teléfono, y si nos comunicamos de manera correcta estaremos proyectando una buena imagen de nuestra empresa. Cuidemos esta primera impresión.

## E. VIDEOCONFERENCIA

Los avances de la informática permiten que un ordenador con conexión a internet pueda sustituir al teléfono, a través de programas que usan el micrófono y los altavoces para comunicarnos como si fuese un teléfono.

Si además el emisor y el receptor disponen de webcam (cámara conectada al ordenador), podrán mantener una videoconferencia, que nos es más que una llamada de teléfono con imágenes.

También existen terminales de telefonía móvil que permiten ver a nuestro interlocutor mientras hablamos con él.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**19. Experimenta una videoconferencia con algún compañero o compañera de clase usando programas como Messenger o Skype.**



### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**20. Observa el siguiente listado de herramientas de comunicación:**

- *Carta*
- *Fax*
- *ideoconferencia*
- *Correo electrónico*
- *Mensajería instantánea (chat)*
- *Teléfono*
- *SMS*
- *Reunión o entrevista personal.*

**Ahora piensa cuál de ellas utilizarías en cada uno de los casos que aparecen más abajo:**

- Para comunicar a 15 trabajadores la fecha y la hora de una reunión que será dentro de 20 días.
- Te llega un pedido, lo revisas y ves que está incompleto, así que no quieres firmar el recibo de la empresa de mensajería y no sabes qué hacer, devolverlo entero o quedártelo a espera que manden el resto. ¿Cómo te comunicarías con tu proveedor?
- Para felicitar las navidades a un proveedor de Alemania.
- Para confirmar la asistencia de un cliente que tiene una cita dentro de 2 horas en nuestra empresa.
- Para enviar un catálogo de productos.
- Para enviar un listado de precios.
- Para felicitar a un cliente por un premio que ha recibido su empresa.
- Para enviar una inscripción a un curso de formación.
- Para negociar las condiciones de compra de nuevos productos.

## F. OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Las empresas también pueden utilizar como herramientas de comunicación las páginas webs, los chats, los foros y los blogs.

¶ Las primeras son como escaparates, y las podemos encontrar más estáticas o más dinámicas; unas que se actualizan con frecuencia y otras que siempre tienen los mismos contenidos.

¶ Los chats (mensajería instantánea) son de uso muy común entre los jóvenes, pero poco a poco las empresas los van incorporando y les han encontrado su aplicación práctica, sobre todo en servicios de atención al cliente.



¶ Los foros son los lugares ideales para resolver dudas. Existen foros dedicados a todo tipo de temas, y casi todas las páginas webs disponen de un foro especializado. La particularidad y la diferencia con los chats es que todo lo que se escribe queda registrado y a disposición de cualquiera que quiera leerlo, incluso meses o años después. Por tanto antes de formular una pregunta podemos ver si ya antes se ha tratado el tema en cuestión.

¶ Los blogs son un caso particular de página web, con una actualización periódica, en la que podemos permitir que otras personas participen como invitadas.

Todas estas herramientas están en continua evolución y seguro que irán apareciendo otras nuevas. Conviene conocerlas porque son muy útiles como fuente de información y como herramientas de comunicación.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**21. La empresa redcoon.com se dedica a la venta de electrónica y electrodomésticos. Visita su página web y verás que para resolver tus dudas te remiten a un servicio de chat.**



## GLOSARIO

- **BLOG:** es un cuaderno diario en internet, también llamado bitácora.
- **CANAL:** es por donde el emisor emite el mensaje y por donde el receptor lo recibe.
- **CARTA:** herramienta de comunicación
- CHAT** (mensajería instantánea): es una herramienta de comunicación por la que, a través de dos ordenadores conectados a internet, emisor y receptor escriben mensajes que leen en tiempo real.
- **CÓDIGO:** son los símbolos que utilizamos para comunicarnos con los demás. Para que exista comunicación el emisor y el receptor deben compartir el mismo código. Se llama codificación al proceso que realiza el emisor para convertir una idea o pensamiento en un mensaje y descodificación al proceso que realiza el receptor para convertir el mensaje en una idea.
- **CORREO ELECTRÓNICO:** herramienta de comunicación.
- **DISTORSIONES:** es la transformación del contenido de un mensaje como consecuencia de las barreras de la comunicación o por algún mecanismo de manipulación de la percepción.
- **EFFECTO HALO:** mecanismo por el que se manipula la percepción de la realidad. A partir de un rasgo que conocemos de una persona coloreamos el resto de su personalidad. Por ejemplo: si una persona inteligente comete una equivocación pensamos “eso le pasa a cualquiera”, si esa misma equivocación la comete una persona que consideramos estúpida pensamos “sólo le pasa a él”.
- **EMISOR:** es la persona que emite información.
- **EMPATÍA:** es la facultad que tenemos de ponernos en la posición del receptor para imaginar qué siente o qué piensa.
- **EXPECTACIÓN:** es un mecanismo por el que se manipula la percepción de la realidad. Es el proceso a través del cual una persona cree que ocurre aquello que espera. Por ejemplo, si esperamos un buen trabajo de un buen empleado, lo miraremos con mejores ojos y veremos un buen trabajo.
- **ETIQUETAS O ESTEREOTIPOS:** mecanismo por el que se manipula la percepción de la realidad. Hacen referencia a que se tiende a clasificar a las personas por grupos: bueno/malo, inteligente/tonto, los alemanes son organizados, pero poco imaginativos, rubia = tonta.



- FORO: encuentro virtual de debate.
  - FAX: es una herramienta de comunicación por la que podemos enviar a través de la línea telefónica documentos escritos.
  - FILTROS: cuando se recibe una información, se recuerda con preferencia aquella parte que se considera más necesaria o más interesante. Cuando se retransmite esa información se hace de forma fragmentada y así sucesivamente.
  - MEDIO: es el elemento que hace posible que el mensaje se transmita.
  - MENSAJE: es la información que se transmite.
  - PÁGINA WEB:
  - PERCEPCIÓN SELECTIVA: mecanismo por el que se manipula la percepción de la realidad. Hace referencia al mecanismo manipulador que hace que sólo veamos una parte de la realidad.
  - PROYECCIÓN: mecanismo por el que se manipula la percepción de la realidad. Es el proceso mediante el cual atribuimos nuestros propios sentimientos o forma de ser a otras personas. Sigue a veces que atribuimos nuestra propia malicia o desconfianza a otras personas de la empresa.
  - RECEPTOR: es la persona que recibe la información.
  - RETROALIMENTACIÓN: no siempre existe. Es la respuesta que el receptor da al emisor una vez que ha recibido el mensaje.
- SMS: herramienta de comunicación.
- TELÉFONO: herramienta de comunicación
  - VIDEOCONFERENCIA: herramienta de comunicación

## BIBLIOGRAFÍA

- CARTAS A LA CARTA. Técnicas de correspondencia eficaz. (Escarpanter, José; 1984). Editorial Playor. ISBN 84-359-0723-6. Pag 17 y 18
- JÓVENES EMPRENDEDORES SOLIDARIOS. (López Vizcaíno, Carmen; 2006). Edita Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Páginas 56 a 62.
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA (CEA)

## WEBGRAFÍA

- HOTMAIL, YAHOO, GMAIL. Son servidores de correo electrónico gratuitos.

[www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)

[www.yahoo.es](http://www.yahoo.es)

[www.gmail.com](http://www.gmail.com)

- MESSENGER. Es el programa de chat y videoconferencia más extendido.

<http://www.msnmessenger.ms/es/>

- SKYPE. Además de las funciones del messenger, permite realizar llamadas a teléfonos nacionales y extranjeros. <http://www.skype.es>

- REDCOON.ES - Empresa dedicada a la venta de electrónica y electrodomésticos. Usan un servicio de chat para resolver dudas. [www.redcoon.es](http://www.redcoon.es)



UNIDAD DIDÁCTICA 3:

## organizamos el trabajo



# Organizamos el trabajo

## 1. INTRODUCCIÓN



Existen muchas empresas que no tienen el éxito esperado debido a una deficiente organización del trabajo, y es que no es fácil combinar la **organización** para que todo funcione con la **flexibilidad** para ser capaz de cambiar todo lo necesario y adaptarnos a las nuevas necesidades que inevitablemente surgen.

## 2. ORGANIZANDO EL TRABAJO

Para organizar el trabajo lo primero que tenemos que tener muy claro **cuál es el trabajo que queremos realizar**.

Reflexionando sobre qué tareas debemos llevar a cabo para la consecución de los objetivos, nos daremos cuenta de que unas son más atractivas que otras, y de que algunas personas de la empresa son más adecuadas para unas tareas que otras. Por eso, sin una organización previa del trabajo nos encontraríamos con muchas voluntarias para unas tareas y con muy pocas (o ninguna) para otras.

Nosotros debemos organizar nuestra empresa siguiendo un criterio propio, pero no debemos olvidar que:

- Todos los miembros de la empresa debemos saber cuáles son nuestras funciones o tareas.
- Existen muchas tareas diferentes que debemos tener catalogadas.
- Cada tarea debe tener adjudicada una persona responsable de ella. Ser responsable de una tarea no significa ser la única persona que la realiza, pero sí la persona que la coordina y que se responsabiliza de que se lleve a cabo.
- Surgirán tareas nuevas a las que debemos asignar inmediatamente personas responsables.
- Aunque parezca todo muy cuadriculado, se requiere flexibilidad constante para que en momentos puntuales todos los compañeros se ayuden en sus tareas. Esta es la clave de optimizar los recursos humanos. Para ello es preciso el compromiso de todos los miembros de la empresa con sus objetivos.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1. Realiza una lista de las tareas que se te ocurran para que nuestra empresa funcione correctamente. Piensa en todos los ámbitos de trabajo: desde compra de mercancía hasta publicidad y ventas. Personaliza las tareas al máximo. Mejor anotar: “compra de sustrato en Viveros Sparta”, “compra de macetas en Garden Center”, “compra de semillas en La Casa del Labrador”, etc. que anotarlo de forma genérica “compra de materiales”.**

#### 3. TRABAJANDO EN EQUIPO

Piensa en un equipo deportivo. Es necesario que unos hagan bien el trabajo de pasar la pelota para que otros anoten puntos. Y esto no es suficiente si cada uno en su puesto no evitan la llegada de los contrarios.

Trabajar en equipo es algo más que repartir las tareas. Un equipo de trabajo es un grupo de personas que trabajan juntas de forma coordinada.

Además, debemos saber que repartir las actividades no significa que sólo nos importe nuestra tarea, ni que nos dé igual lo que hacen los demás. **Trabajar en equipo es tener un objetivo común y luchar por él, incluso terminar nuestra tarea para ayudar al compañero.**



Sabemos que el trabajo de todos será la suma del de cada uno de nosotros. Pero según como nos organicemos haremos que, dedicándole el mismo tiempo y esfuerzo, desarrollemos mayor o menor cantidad de trabajo.

Esto sucede porque algunas tareas son mejores para trabajar en solitario, en pareja o en equipos más grandes. Son frecuentes las actividades en que el esfuerzo de 2 personas consigue desarrollar más trabajo que si están por separado, y en algunas otras se necesita el esfuerzo de todo un grupo de personas.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**2. Coloca cada una de las tareas del ejercicio anterior en la columna que corresponda. Reflexiona poniéndote en la situación de quién las va a realizar.**

- Una persona
- Dos personas
- Tres personas
- Más de tres personas

#### 4. LOS DEPARTAMENTOS

Normalmente, las tareas se estructuran en áreas o departamentos. Cada departamento se dedica a tareas más o menos afines, es decir, que tienen que ver unas con otras.

No deben faltar los siguientes departamentos:

**■ Departamento de Administración.** Se encarga de llevar la contabilidad. Realiza la facturación y anota todas las entradas y salidas de dinero. También buscan recursos y financiación.

**■ Departamento de Marketing.** Se dedica a diseñar la imagen corporativa de la empresa y realizar la publicidad.

**■ Departamento Comercial.** Son las personas encargadas de vender el producto. Tratan directamente con el cliente.

**■ Dirección.** Pueden ser una o dos personas: director y vicedirector. También pueden llamarse coordinadores. Sus funciones son múltiples y poco rutinarias. Van siempre un paso por delante de los demás, porque tienen que anticiparse para ir solucionando los problemas que vayan surgiendo. Son las personas que organizan, reparten tareas nuevas, animan al equipo, etc.



En el caso de que nuestra empresa fabrique algo es conveniente añadir dos nuevos departamentos:

■ **Departamento de Producción.** Es el que estudia los productos que se van a fabricar y se encarga de la fabricación de los mismos.

■ **Departamento de Compras.** Responsables de buscar los proveedores más adecuados y de realizar las compras de mercaderías o de materias primas.

Otros departamentos muy comunes en las empresas son:

■ **Departamento de Recursos Humanos.** Son los responsables de contratar personal, gestión de sueldos y nóminas.

■ **Departamento de Atención al Cliente.** Atienden las preguntas y quejas de los clientes.

Los departamentos pueden estar formados por una sola persona o por varias, depende de las actividades que vaya a desarrollar. Esa es la decisión que debemos tomar a continuación.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 3. Agrupa las tareas que desarrolla nuestra empresa, asignándoles el departamento más adecuado.

• Dpto. de Administración

• Dpto. de Marketing

• Dpto. Comercial

• Dirección

Dpto. ....

Dpto. ....

Dpto. ....

Dpto. ....

#### 5. EL ORGANIGRAMA

Un organigrama es un gráfico que representa la organización de una empresa. En el organigrama aparecen todos los departamentos y los puestos de trabajo de la empresa, y además unas líneas que conectan todos estos elementos que nos ayudan a conocer las relaciones de dependencia entre los puestos de trabajo.



Para entenderlo mejor observa el siguiente organigrama y coméntalo en clase con los compañeros y las compañeras.



#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**4. Busca en internet el organigrama de una empresa y explícalo a tus compañeros. Puedes usar el buscador Google.**

Con todo lo que hemos trabajado en esta unidad didáctica ya podremos dibujar nuestro propio organigrama. No olvides que deben existir estos 3 cargos en tu empresa: Coordinador o director, Tesorero y Secretario.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**5. Diseñamos el organigrama de nuestra empresa teniendo en cuenta todo lo que hemos visto hasta ahora.**

## 6. LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA. LAS PERSONAS

Ya sabemos cómo queremos que funcione la empresa. Lo podemos ver en el organigrama. Ahora debemos decidir en qué departamento trabajará cada uno de nosotros y quién se hará responsable de cada una de las tareas.

## EL PERFIL PROFESIONAL

Al conjunto de mis cualidades profesionales, de mi formación, de mi experiencia, de mis intereses y de mis aptitudes se le llama perfil profesional.

Pero no podemos elaborar un buen perfil profesional si no nos conocemos bien a nosotros mismos.

## LA AUTOESTIMA

*“Conocerme a mí mismo y respetarme, aceptarme tal y como soy, ser consciente de mis defectos y virtudes. Esto es la autoestima”.*

Una persona que disfruta de una buena autoestima es una persona segura de sí misma, que se siente bien con su cuerpo, con su imagen, con sus emociones y con los demás.

Con una buena autoestima podremos explicar a los demás cuales son nuestras características, y proyectaremos una imagen más positiva de nosotros mismos.

*Consejo:* No te compares con nadie y acéptate tal y como eres, con tus características únicas y diferentes.

En primer lugar intentaremos conocer nuestras aficiones, que seguro que están relacionadas con las cosas en las que somos buenos/as.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**6. Piensa en tí y haz una lista de actividades que no tengan que ver con nuestra empresa y que se te dan bien. Puedes incluir actividades como leer, escuchar, escribir, dibujar, montar en bici, tocar la guitarra, etc.**

**7. Ahora vamos a conocer nuestras aptitudes. Para ayudarte a conocer tu perfil profesional y a decidir qué tareas quieras realizar dentro de la asociación, te proponemos que respondas a las siguientes preguntas:**

BLOQUE 1:	SI	NO	A VECES
Me gusta buscar información.			
Me gusta aprender cosas nuevas.			
Me formo mi propia opinión sobre las cosas.			
Me gusta escuchar ideas y opiniones de los demás.			





Relativizo todo lo que sucede a mi alrededor.			
Me gusta la fotografía o la pintura.			
Siempre intento buscar la mejor solución a todos los problemas.			
Me gusta participar en actividades culturales y artísticas.			
En un principio, doy cierto margen a propuestas que son aparentemente locas.			
Me apasiona diseñar productos para lanzarlos al mercado.			

BLOQUE 2:	SI	NO	A VECES
Disfruto adquiriendo responsabilidades.			
No me importa dedicarle tiempo a recopilar y comparar la información necesaria para tomar una decisión.			
Cuando tengo claro qué opción es la mejor, tomo una decisión y hago todo lo posible por llevarla a cabo.			
Soy consciente de que no puedo prever todos los riesgos y que siempre existe un grado de incertidumbre en el futuro.			
Cuando explico a otros mis ideas o proyectos, lo hago de forma clara y convincente.			
Me concentro en las cualidades o puntos fuertes de los demás en lugar de en sus defectos o debilidades.			
Cuando otra persona sabe más que yo de algo, confío plenamente en su criterio.			
Prefiero que la gente que va a participar en una actividad, participe en la decisión de cómo llevarla a cabo.			
Nunca me desanimo y luchó por lo que quiero.			

<b>BLOQUE 3:</b>	SI	NO	A VECES
Tengo habilidades comerciales y siento atracción por el mundo de la compra-venta.			
Tengo habilidades de comunicación.			
Me gusta hablar en público.			
Nunca me desanimo y luchó por lo que quiero.			

<b>BLOQUE 4:</b>	SI	NO	A VECES
Soy buena administrando el dinero.			
Me gusta realizar la gestión de cobros y pagos de la empresa.			
Me gusta llevar la contabilidad de gastos e ingresos.			
Me gusta trabajar en un escritorio con ordenador, calculadora y teléfono.			
Me gusta ordenar, clasificar y archivar documentos e informes.			

<b>BLOQUE 5:</b>	SI	NO	A VECES
Tengo habilidades de comunicación.			
Me gusta hablar en público.			
Me gusta hablar y conocer gente.			
Tengo facilidad para redactar noticias y comentar informaciones.			

<b>BLOQUE 6:</b>	SI	NO	A VECES
Me gusta el trabajo de equipo.			
Tengo facilidad para anticiparme a los problemas.			
Realizo listas para ir a comprar.			
Distribuyo bien mi tiempo para no dejar cosas por hacer.			
Me gusta organizar el trabajo de los demás.			
Creo en la utilidad de las agendas, los cuadrantes y las tablas.			

BLOQUE 7:	SI	NO	A VECES
Me atraen las actividades donde se requiera habilidad manual y práctica.			
Soy cuidadoso en actividades manuales.			
Tengo habilidad para los trabajos manuales.			

Ahora que has contestado todos los bloques, fíjate bien en cuáles de ellos has contestado una mayoría SI.

BLOQUE	PERFIL
1	CREATIVO
2	DIRECTIVO
3	COMERCIAL
4	ADMINISTRATIVO
5	COMUNICATIVO
6	ORGANIZATIVO
7	PRODUCTIVO

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

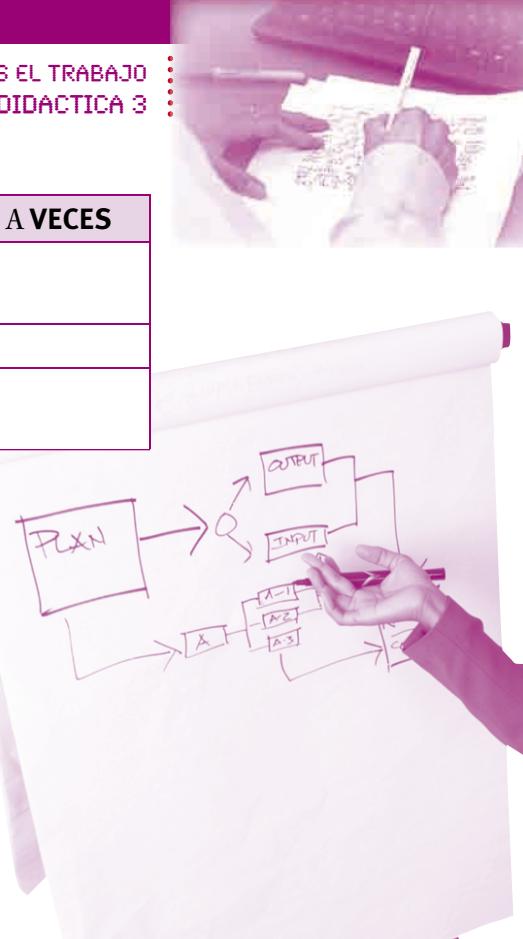
**8. Ahora tomaremos el listado de tareas de nuestra empresa. De todas las tareas que tenemos anotadas ¿Cuáles son las 10 ó 15 tareas que crees que harías mejor?**

**9. Observa las tareas que has anotado y busca al departamento al que pertenezcan. Según esto anota el departamento o departamentos en que te gustaría trabajar**

Ya hemos comentado que es común que haya tareas que muchos quieran hacer y otras que muy pocos. No importa, habrá que repartir equitativamente según gustos y aptitudes.

Este reparto se encarga de hacerlo el Departamento de Recursos Humanos. Muchas empresas, cuando necesitan contratar personal tienen su propio equipo para revisar los currículum de los candidatos y realizar las entrevistas de trabajo. Otras empresas, sin embargo, contratan este trabajo con empresas externas especializadas que seleccionan el candidato ideal según el perfil del puesto que quieren cubrir.

Nosotros debemos pedir ayuda para buscar la mayor objetividad posible. Por eso es conveniente en este paso nombrar una comisión de 2-4 personas para realizar la se-



lección. Puede ser la profesora ayudada por otra u otras personas que no conozcan el grupo. Todos debemos estar convencidos de que una vez se tome la decisión debemos acatarla y estar todos unidos en el convencimiento de que se ha elegido lo mejor para la empresa.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**10. Ahora escribiremos entre todos una carta formal para pedir colaboración a otros profesores del centro o personas ajenas al aula para formar parte en la Comisión de Recursos Humanos, que será la que lleve a cabo el proceso de selección. Recuerda las normas y consejos que hemos visto en la unidad didáctica 2 para la redacción de cartas.**

**11. Entrevista personal.**

Cada miembro de la empresa entrega a la Comisión de Recursos Humanos las fichas realizadas en el punto 6 “los miembros de la empresa” y se somete a una entrevista personal.

Esta Comisión, tras entrevistar a todos los miembros y después de un tiempo de reflexión decide cuál es el puesto de trabajo que comenzará desempeñando cada socio.

**12. Escribe cuál ha sido tu experiencia durante la entrevista de trabajo**

**13. Anota el departamento o los departamentos a los que perteneces y cuáles son tus responsabilidades.**

A modo de conclusión ...

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

Para finalizar se recomienda que entre todos se dibuje en una cartulina el organigrama de la empresa, con el nombre de cada persona en su puesto de trabajo y las funciones y tareas de las que se hace responsable.

**14. Copia en el cuaderno de actividades el organigrama que hemos hecho entre todos/as.**

**NO OLVIDES QUE** el éxito de una empresa dependerá de las funciones de cada puesto de trabajo estén bien definidas, y de que cada trabajador/a sea lo suficientemente adaptable a las distintas nuevas funciones que vayan surgiendo.



## GLOSARIO

- **ÁREA:** grupo de trabajo dentro de una empresa que se dedica a una serie de tareas de un mismo ámbito.
- **AUTOESTIMA:** estimarse a sí mismo. Es el respeto que uno mismo siente hacia sí mismo, aceptándose tal y como es, con defectos y virtudes.
- **DEPARTAMENTO:** igual que área. Grupo de trabajo dentro de una empresa que se dedica a una serie de tareas de un mismo ámbito.
- **DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN:** es el que se encarga de llevar la contabilidad.
- **DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE:** es el responsable de atender las preguntas y quejas de los clientes.
- **DEPARTAMENTO COMERCIAL:** es el que se encarga de vender el producto.
- **DEPARTAMENTO DE COMPRAS:** es el responsable de buscar los proveedores más adecuados y de realizar las compras de mercaderías o de materias primas.
- **DEPARTAMENTO DE MARKETING:** es el departamento que coordina la publicidad y la imagen de la empresa.
- **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN:** es el que estudia los productos que se van a fabricar y se encarga de la fabricación de los mismos.
- **DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS:** son los responsables de contratar personal.
- **DIRECCIÓN:** son las personas que en una empresa coordinan al resto del personal. Deben ser buenos líderes, organizadores, saber delegar, reparten tareas nuevas, animan al equipo, etc.
- **ORGANIGRAMA:** es la representación gráfica de la organización de una empresa.
- **PERFIL PROFESIONAL:** es el conjunto de cualidades profesionales, formación, experiencia, intereses y aptitudes de una persona.
- **SECRETARIO:** es el responsable de levantar los actas de cada reunión. Esto es, anotar quién se ha reunido, qué temas se han tratado y a qué acuerdos se ha llegado.
- **TESORERO:** es la persona responsable de custodiar el dinero de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- EMPRESA JÓVEN EDUCATIVA. (RAMOS SOLAR, RAÚL Y OTROS; 2006). Edita Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Páginas 15 a 17.
- JÓVENES EMPRENDEDORES SOLIDARIOS. (LÓPEZ VIZCAÍNO, CARMEN; 2006). Edita Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Páginas 74 a 75.





UNIDAD DIDÁCTICA 4:

dirigiendo  
nuestra empresa



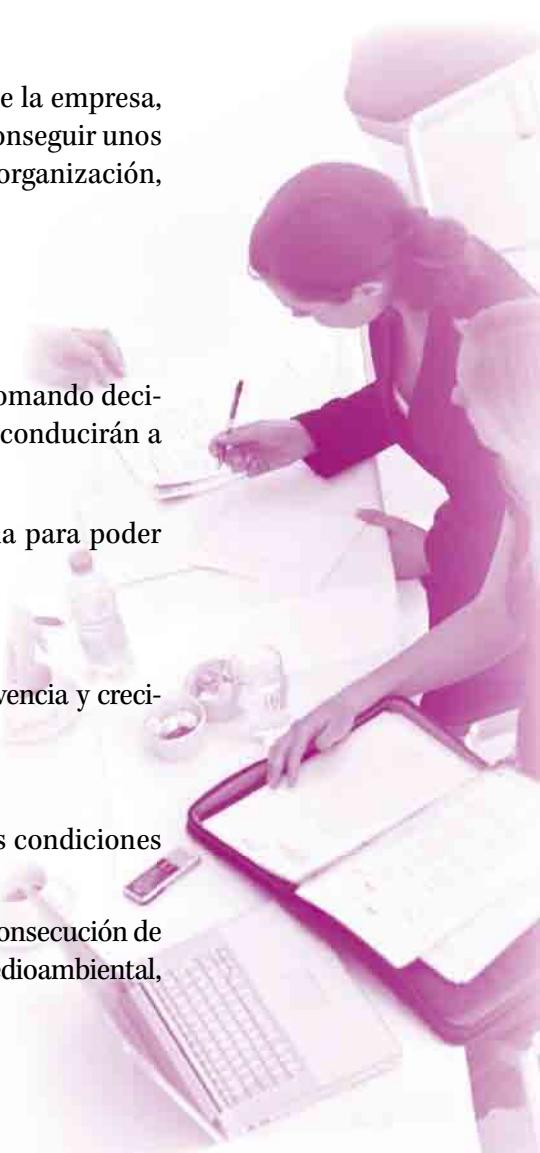
## Dirigiendo nuestra empresa

El empresario o consejo de administración, como máximo responsable de la empresa, será el encargado de velar por el buen funcionamiento de la misma y por conseguir unos resultados satisfactorios. Las funciones de dirección son: planificación, organización, toma de decisiones y control.

### 1. PLANIFICACIÓN

El empresario ha de tener una visión global de la empresa y su entorno, tomando decisiones concretas sobre objetivos concretos. Una serie de aspectos que le conducirán a lograr los objetivos marcados son:

- **Empresa:** Será necesario conocer bien todos los elementos de la misma para poder tomar decisiones.
- **Objetivos:** Se desglosan en 4 tipos:
  - 1 **Económicos:** Obtener resultados rentables que permitan la supervivencia y crecimiento de la empresa.
  - 2 **Técnicos:** Producir un determinado volumen de bienes y servicios.
  - 3 **Humanos:** Crear un ambiente agradable de trabajo que reúna las condiciones idóneas para un correcto desempeño de todas las tareas.
  - 4 **Sociales:** Intentar que las acciones de la empresa se traduzcan en la consecución de mejoras sociales: creación y mantenimiento del empleo, respeto medioambiental, respeto de los derechos humanos, etc.



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****1. Actividad**

- ¿Por qué el hecho de recoger en un documento los objetivos de la empresa es tan importante?
- Cita tres objetivos generales que debería tener cualquier empresa.

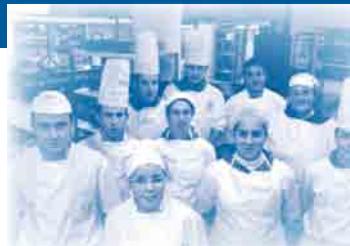
Lo primero que debemos hacer es tener un buen plan. Distinguimos dos tipos de planes:

- 1** Planes estratégicos.
- 2** Planes operativos.

 **PLANES ESTRATÉGICOS.** Es el **documento más importante** que debe redactar la empresa. En él se explica *hacia dónde se quiere ir y lo más importante cómo se llegará*. Debe ser una herramienta creada por los directivos utilizando toda la información brindada por los diferentes departamentos o áreas de la organización. Para la elaboración del plan hay que seguir una serie de pasos:

- 1** Obtendremos información de todos los integrantes de la empresa, aunque éstos no participen directamente en la confección del Plan. Cada dato que ellos aporten beneficiará el contenido de éste y servirá de motivación en el momento de su implementación.
- 2** Comenzaremos por definir la **misión o el objetivo** principal de la empresa: ¿Por qué existe la empresa? ¿Cómo es su organización y quiénes son sus clientes? ¿Cuál es el sector comercial en el que se desenvuelve? ¿Cuál es su producción? ¿Qué servicios ofrece? ¿Qué mercados atiende? etc. Debe ser muy breve y simple, pero debe reflejar todos estos puntos importantes.
- 3** Detallaremos nuestra visión empresarial especificando ¿Qué queremos conseguir en el futuro? ¿Qué metas esperamos realizar? ¿Cómo queremos ser reconocidos en el mercado? ¿Qué estándares de calidad pensamos alcanzar?
- 4** Agregaremos nuestros valores y convicciones.
- 5** Análisis del entorno: Incluiremos **información relativa a nuestro mercado potencial**. ¿Cuáles son las principales tendencias (políticas, económicas, tecnológicas, religiosas, sociales, intelectuales, artísticas) que afectan a nuestro negocio? ¿Qué tendencias representan una amenaza para nuestra organización? ¿Cuáles de esas tendencias constituyen una oportunidad?





- 6 Desarrollemos un **análisis DAFO** de nuestra empresa: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Para este análisis responderemos a cuestiones como las siguientes: ¿Qué es lo que la empresa hace excepcionalmente bien? ¿Qué es lo que no hace tan bien? ¿Cuáles son los puntos fuertes y las competencias particulares en las que se destaca? ¿Cuáles son, claramente, sus puntos débiles y sus flaquezas? ¿Cuenta con alguna ventaja competitiva especial en el mercado?
- 7 Definiremos los **objetivos** de la empresa a **corto plazo**. Para ello, tendremos en cuenta los resultados de la evaluación externa e interna.
- 8 Determinaremos los **objetivos a largo plazo**. ¿Qué debemos hacer de aquí a tres años? ¿Y en cinco años?. Una vez que tengamos este punto y el anterior definidos en su totalidad haremos un listado por orden de importancia para luego definir los planes de acción.
- 9 Haremos un análisis de los factores que inciden sobre cada objetivo. ¡No podemos suprimir este paso! ¿Cuáles son estas fuerzas, los factores o actitudes que actúan en forma negativa en el logro de ese objetivo específico? ¿Cuáles son las fuerzas, factores o actitudes que favorecen el logro de ese objetivo?. Buscaremos la manera de potenciar esas fuerzas positivas.
- 10 Desarrollamos **planes de acción generales** para el logro de cada uno de los objetivos fijados. Para cada objetivo específico; ¿Cuáles serán las medidas que reducirán los aspectos negativos y maximizarán los positivos en el análisis hecho en el punto anterior? ¿Qué personas aceptarán la responsabilidad de asegurar la implementación de cada una de esas medidas? ¿Cuándo y dónde serán implementadas? ¿Qué recursos se necesitarán?
- II Redactamos un cuadro que recoja la **asignación de responsabilidades**. Registraremos cada medida propuesta, por orden cronológico, en un documento a distribuir a cada uno de los colaboradores involucrados en el proceso. A través de reuniones quincenales o mensuales, controlaremos el progreso que se va produciendo en las tareas y adoptaremos las medidas correctivas que hagan falta.

## Consejo:

A la hora de elaborar nuestros planes, no podemos olvidar lo siguiente:

Los actos de las empresas y de los individuos que forman parte de ellas, repercuten de manera positiva o negativa en otras empresas, otros individuos y otros procesos. La cuestión ética es de gran relevancia para todo individuo y se extiende al ámbito empresarial. En cada objetivo y acción que se incluya en el plan (negociaciones con proveedores o con sindicatos, contrataciones o despidos de empleados, asignación de responsabilidades, lanzamiento de un producto o servicio, etc.) la ética siempre está presente. Una empresa que viva según los cinco valores básicos: igualdad, libertad, diálogo, respeto y solidaridad estará mejor preparada para el futuro.

**■ PLANES OPERATIVOS:** Son los elaborados por cada uno de los departamentos o áreas de la empresa e incluyen objetivos y acciones más específicas. Se redactarán teniendo en cuenta y respetando el contenido del plan estratégico.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**2. Entre todos, elaboraremos el plan estratégico de nuestra empresa. Una vez consensuado y aprobado, todos los miembros de la empresa tendrán una copia del mismo.**

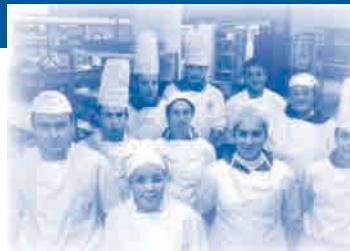
**3. Una vez que tengamos redactado el plan estratégico, cada departamento o área empresarial elaborará su propio plan operativo (detallando cada acción a llevar a cabo, persona que la ejecutará, plazos de tiempo, recursos disponibles, etc.)**

## 2. ORGANIZACIÓN

Consiste en detectar y agrupar el trabajo a realizar, determinando las personas que se harán cargo de los diferentes trabajos y definiendo sus responsabilidades. No podemos perder de vista el plan estratégico de la empresa.

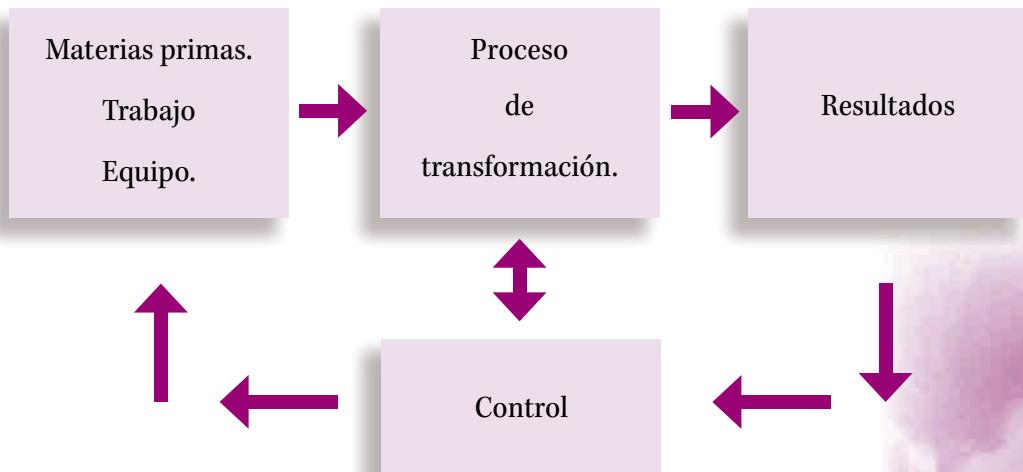
A la hora de determinar la organización de la empresa, tendremos en cuenta una serie de factores:

- 1 Los objetivos de nuestra organización incluidos en el plan estratégico.
- 2 Las materias primas: Tendremos en cuenta todo el proceso (compra, transporte, gestión de almacén, etc.)
- 3 El trabajo: Se trata de elegir la forma más idónea de organización de las distintas funciones o tareas en departamentos así como los mecanismos de coordinación entre ellos. (unidad didáctica 3)



- 4 Los equipos:** Todo aquello que tiene que ver con la compra y mantenimiento en perfecto estado de la maquinaria e instalaciones que intervienen en la producción de la empresa.
- 5 Los recursos disponibles.**

Dichos elementos se relacionan entre sí a través de un proceso.



Otros factores externos que influyen en la organización de nuestra empresa son:

- 1 Clientes.**
- 2 Competidores.**
- 3 Proveedores.**
- 4 Normativa.**
- 5 Situación económica, política y social.**

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 4. Vamos a realizar un nuevo producto en tu empresa: Palillos con ajonjolí.

• Disponemos de una nave industrial, 10 trabajadores, materias primas y maquinaria específica. Debemos de definir con un croquis y de manera escrita como distribuiríamos los elementos dando una explicación de lo mismo.

- Materias primas: Agua, sal, levadura, harina, ajonjolí.
- Maquinaria: Amasadora, inyectora para formación del palillo, horno.
- Trabajadores: Amasadores, inyectores, horneros.



### 3. TOMA DE DECISIONES

Para que la toma de decisiones sea eficaz se ha de dar un proceso que incluye los siguientes pasos:

- 1 **Identificación del problema o la oportunidad de negocio.** Analizaremos la situación viendo posibles causas, ventajas de la situación, inconvenientes de la misma, etc.
- 2 **Elaboración y evaluación de las diferentes alternativas.** Una vez estudiada la situación, buscaremos distintas estrategias o alternativas (Si el problema es la insatisfacción de los trabajadores se puede ver la posibilidad de un aumento de sueldo, cambio de funciones, implicación en la toma de decisiones, etc.)
- 3 **Selección de la alternativa o grupos de alternativas.** Se elegirá aquélla que se considere más satisfactoria.
- 4 **Aplicación de la misma.** Forma de implementarla.
- 5 **Evaluación y control.** Llevará un seguimiento para conocer los resultados.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 5. Determina tres posibles alternativas o estrategias para solucionar una posible falta de comunicación entre los diferentes departamentos de una empresa.

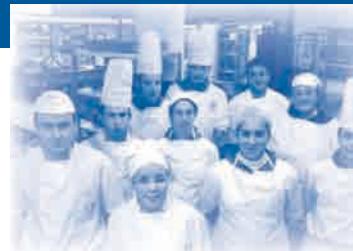
- ¿Cómo realizaríamos un seguimiento de dicha situación una vez que se ha puesto en marcha una determinada estrategia?

### 4. CONTROL

El control es una etapa primordial en la administración ya que aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura de organización adecuada y una dirección eficiente, no podremos verificar cuál es la situación real si no existe un mecanismo que compruebe e informe acerca de posibles desviaciones respecto a los objetivos.

El control debe detectar e indicar errores de planificación, organización o ejecución así como evitar fallos o errores futuros. El control se emplea para:





- 1 **Conseguir una mejor calidad:** Los fallos del proceso se detectan y el mismo se corrige para eliminar errores.
- 2 **Adaptarse a los cambios:** Éste forma parte ineludible del ambiente de cualquier organización. Los mercados cambian, la competencia en todo el mundo ofrece productos o servicios nuevos que captan la atención del público. Surgen materiales y tecnologías nuevas. Se aprueban o enmiendan reglamentos gubernamentales. La función del control sirve a los gerentes para responder a todas estas situaciones.
- 3 **Producir ciclos más rápidos:** Una cosa es reconocer la demanda de los consumidores para un diseño, calidad, o tiempo de entregas mejorados, y otra muy distinta es acelerar los ciclos que implican el desarrollo y la entrega de esos productos y servicios nuevos a los clientes. Los clientes en la actualidad no solo esperan velocidad, sino también productos y servicios a su medida.
- 4 **Agregar valor:** El principal objetivo de una organización debería ser “agregar valor” a su producto o servicio, de tal manera que los clientes lo valoren satisfactoriamente. Con frecuencia, este valor agregado adopta la forma de una calidad por encima de la medida lograda aplicando procedimientos de control.
- 5 **Facilitar la delegación y el trabajo en equipo:** La tendencia contemporánea hacia la administración participativa también aumenta la necesidad de delegar autoridad y de fomentar que los empleados trabajen juntos en equipo. Esto no disminuye la responsabilidad última de la gerencia. Por el contrario, cambia la índole del proceso de control. Por tanto, el proceso de control permite que el gerente controle el avance de los empleados, sin entorpecer su creatividad o participación en el trabajo.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 6. Si no existiera el control ¿Qué problemas aparecerían en la empresa?

- ¿Que repercusiones produciría?
- ¿Cómo se solucionarían?

##### 7. Nombraremos un encargado/a dentro de la empresa que asuma las funciones de control de la gestión empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PEQUEÑA EMPRESA.  
Javier Pérez Couto. *Visión Net*
- INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Herscher, Enrique G.  
*Ediciones Granica S.A.*
- ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PEQUEÑA EMPRESA.  
Herrero Palomo, Julian. *Ed. Thomson Learning Libero. 2006*
- ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. García-Tenorio Ronda, Jesús.  
*Ed. Thomson Learning Libero. 2006*

## WEBGRAFÍA

- <http://www.ecobachillerato.com/>
- <http://www.crearempresas.com/>
- <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Temario.htm>
- <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>



UNIDAD DIDÁCTICA 5:

## fuentes de financiación



## Fuentes de financiación

### 1. INTRODUCCIÓN

Para crear nuestra empresa, necesitaremos un capital inicial con el que comprar todo lo necesario para funcionar, además de una cantidad adicional para posibles inversiones que tengamos que hacer en un proceso de cambio.

El capital lo invertiremos en el producto a realizar, teniendo en cuenta la productividad, calidad, mejoras medioambientales, tecnología adecuada y buenas condiciones de trabajo de los empleados.

Pero también, cuando realicemos la inversión, no podemos olvidarnos de otros aspectos no tan técnicos, sino que forman parte de un ámbito financiero; tendremos en cuenta los recursos necesarios para realizar la inversión, la búsqueda de capital en fuentes externas a nuestra empresa, el coste que nos acarrea el recurrir a estas fuentes y la rentabilidad que con ello obtendremos.

Se denomina financiación a la consecución de los medios necesarios para efectuar inversiones. A cada una de las formas de obtención de medios se le denomina fuente financiera.

### 2. CLASIFICACIÓN

Las fuentes de financiación se pueden clasificar desde puntos de vista diferentes:

a) Según su titularidad:

- Fuentes de financiación propias: Son las que proceden de la actividad de la empresa y de aquellos otros recursos que son aportados por los propietarios.

- **Fuentes de financiación ajenas:** Son las que se obtienen fuera de la empresa, ocasionalmente una deuda; son, por tanto, recursos que en algún momento se deberán devolver.

Si pensamos en una panadería necesitaremos adquirir una serie de maquinaria, instalaciones etc. que nos ocasionará unos gastos a los que debemos hacer frente con un capital inicial. Este dinero podemos adquirirlo a través de nuestro propio capital (fuente de financiación propia) o a través de bancos, subvenciones procedentes de instituciones públicas, etc. (fuentes de financiación ajenas).

b) **Según su procedencia:**

- **Fuentes de financiación externas:** Son fondos que provienen de fuera de la empresa. Incluye las aportaciones de los propietarios, y la financiación ajena.
- **Fuentes de financiación internas o autofinanciación:** Son fondos generados por la propia empresa en el ejercicio de su actividad.

Continuemos con el ejemplo anterior. Una vez que la panadería está en funcionamiento, el capital que necesitamos para que ésta siga produciendo pan, podemos adquirirlo de los beneficios e ingresos que diariamente nos aporta la propia panadería (fuentes de financiación internas), pero puede que este capital no sea suficiente por ello tendremos que recurrir a otras fuentes de financiación, bien sean aportaciones nuestras como propietarios u otras fuentes ajenas.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**1. Lee el texto anterior y busca las palabras que no entiendas.**

- Explica oralmente lo que has entendido.
- Escribe con tus palabras.

### 3. FUENTES DE FINANCIACIÓN EN FUNCIÓN DE SU TITULARIDAD

Vamos a profundizar en la clasificación de las fuentes en función de su titularidad.

#### 3.1. PROPIAS

Las fuentes de financiación propias proceden tanto del capital aportado inicialmente como de los recursos generados por la propia empresa en el ejercicio de su actividad. A continuación se citan las principales fuentes.

- Capital social

Para comenzar la actividad es necesario que los socios aportemos un capital inicial que nos permita adquirir los recursos necesarios para iniciar el trabajo.

El capital social es el importe monetario o el valor de los bienes que los dueños de una empresa aportan a ésta sin derecho de devolución y que queda reflejado en las cuentas de la entidad. Existe una legislación mercantil (conjunto de normas que han de seguir todas las empresas) que marcará los requisitos que tenemos que cumplir, por ejemplo, en España para que una empresa sea una sociedad limitada, el capital inicial con el que tiene que contar será, al menos, de 3.005,00 euros.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 2. ¿Por qué el capital social es tan importante? Razona la respuesta elegida

- Porque cuanto mayor capital social se aporte, menos aportaciones externas se necesitan y por tanto menor pago de intereses .
- Porque es obligatoria la aportación de capital social.
- Es mas importante aportar capital del exterior.

##### 3. Se quiere hacer una ampliación de la nave industrial donde está ubicada la empresa. ¿Cómo conseguirías el capital?

- Si los socios no pueden aportar capital ;Qué harías?
- Saca tus propias conclusiones.

#### • Reservas (beneficios no distribuidos)

Cuando nuestra empresa esté funcionando, obtendremos una serie de beneficios. Una parte de ellos se distribuirá entre los propietarios, pero otra quedará en la empresa como reservas.

Todas las empresas, por ley, han de contar con unas reservas obligatorias o legales, pero además, pueden crearse otras reservas de tipo voluntarias.

#### • Fondos de amortización

Será necesario que nuestra empresa vaya ahorrando una parte de los ingresos que se obtienen por la venta de los productos, esta cantidad será acorde con la maquinaria a amortizar y su tiempo de duración, teniendo como finalidad poderla sustituir cuando sea necesario por otra nueva. El dinero ahorrado se conoce como fondos de amortización y con ello buscamos que nuestra empresa siga funcionando de manera rentable.

Imaginemos que nuestra empresa es una carnicería. La máquina para picar carne tiene una duración aproximada de 3 años y al cabo de este tiempo necesitaremos sustituirla por otra nueva. Si dicha máquina cuesta 1200 euros, tendremos que ahorrar 400 euros cada año; este dinero forma parte del fondo de amortización de nuestra empresa.



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

- 4. El periodo de vida útil de una nueva máquina es aproximadamente de cinco años y su precio es de 2400 euros. ¿Qué fondo de amortización necesitaremos?**
- 5. Nuestra empresa ha conseguido el primer año unos beneficios de 10.000 euros. Antes de repartirlo entre los socios ¿Podemos repartir el 100%? ¿Qué necesidades debemos cubrir?**

Resumiendo, las fuentes de financiación propias son:

- 1** Aportaciones de los socios.
- 2** Reservas.
- 3** Amortizaciones

### **3.2. AJENAS**

Cuando formemos nuestra empresa puede que el capital propio no sea suficiente para el comienzo o el desarrollo de nuestra actividad empresarial, por lo que tendremos que recurrir a aportaciones ajenas. Para conseguir capital podremos recurrir tanto a fuentes públicas como privadas.

#### **3.2.1. Administraciones Públicas**

Podemos recurrir a las administraciones del Estado o de nuestra Comunidad y conseguir aportaciones para nuestra empresa. La fuente más utilizada es la subvención.

##### **3.2.1.1. Subvenciones**

Una subvención es una aportación que proviene de una entidad pública o privada con unas condiciones particulares. Así, en función de circunstancias como la edad, ser mujer, ser inmigrante, poseer algún tipo de discapacidad... podemos tener acceso a determinadas subvenciones de carácter local, autonómico, nacional o europea.

Las ayudas, por lo general, están limitadas en el tiempo: algunas se convocan todos los años, pero existen otras que se convocan para un periodo en concreto. Tenemos que analizar todas las subvenciones que se nos ofrecen, viendo cual es la más adecuada para nuestra empresa y tener en cuenta que son incompatibles entre sí.

Las cuantías de las ayudas varían en función de las características de cada empresa. Se tendrá en cuenta las actividades que vamos a desarrollar, la inversión que realizaremos, la cantidad de puestos de trabajo que vamos a crear, etc.

Los pasos que seguiremos para obtener una subvención son:

¶ En primer lugar, **elaboraremos un proyecto** (ver unidad 10) que recoja quiénes somos, cuál es nuestro proyecto, a quién va dirigido, dónde lo vamos a realizar, qué objetivos nos planteamos, cómo lo vamos a desarrollar y evaluar, cuándo lo vamos a poner en marcha y con qué recursos vamos a contar.

¶ A continuación, **buscaremos la subvención** más adecuada en función de nuestras necesidades. Así, por ejemplo si necesitamos dinero para comprar un local, no buscaremos la misma subvención que si el dinero es para un alquiler; tampoco será la misma subvención dependiendo de la cantidad de dinero que necesitemos.

En general, para buscar la subvención nos centraremos en dos criterios: el organismo que lo concede y la actividad de nuestra empresa. Así, por ejemplo, en función del órgano convocante, podremos buscar subvenciones en boletines tales como el BOE, BOJA, BOP, etc... Y dentro de esas publicaciones, a su vez, nos centraremos en las comunicaciones relacionadas con nuestra actividad (si me dedico a la elaboración de pan, buscar dentro de las comunicaciones que dé la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa).

Para ello, acudiremos a los diferentes organismos que nos proporcionarán la información adecuada o consultaremos su página web.

¶ En tercer lugar, **convocaremos un reunión** para decidir sobre la conveniencia o no de solicitar dicha subvención.

¶ Posteriormente, **rellenaremos las solicitudes** adjuntando la documentación necesaria (fotocopias de DNI de los empresarios, etc.)

¶ A continuación, **presentaremos la solicitud** de subvención en la oficina destinada para ello.

¶ Después, esperaremos a que la institución nos conteste por escrito.

¶ Si se nos concede la subvención, **haremos un seguimiento de la cantidad concedida** e informaremos al organismo que nos subvenciona.



La institución que da la ayuda puede efectuar visitas a nuestras instalaciones, para confirmar que la empresa está funcionando correctamente.

**¶ Posteriormente, daremos fe de que nuestro proyecto ha funcionado.**

La justificación de la subvención, mediante la Memoria, es una de las fases más importantes. Podemos haber realizado una buena labor de búsqueda de recursos, haber elaborado un excelente proyecto, haber obtenido la máxima subvención prevista, haber desarrollado un trabajo impecable, haber hecho un seguimiento sin tacha, pero si no justificamos convenientemente la subvención, todos esos esfuerzos habrán sido en balde.

Imaginemos que en nuestro proyecto inicial solicitamos dinero para elaborar 200 panes al día. Tras un tiempo (un año por ejemplo) hemos de entregar un informe en el organismo que nos concedió la subvención, demostrando que el dinero se ha dedicado a tal fin. En caso de que no se haya llevado a cabo correctamente, se tendrá que reintegrar la subvención concedida.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

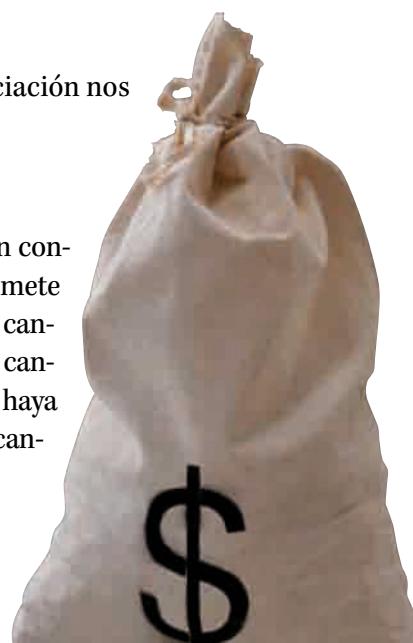
**6. Vamos a realizar una visita a la delegación de Innovación, Ciencia y Empresa provincial (también podemos consultar su página web) para conseguir información acerca de las diferentes subvenciones a las que podemos optar.**

#### 3.2.2. Bancos

Cuando acudimos a los bancos o cajas para obtener financiación nos encontramos con diferentes productos financieros:

##### 3.2.2.1. Créditos

Mediante este tipo de financiación nuestra empresa firma un contrato con la entidad financiera en virtud del cual se compromete con nosotros a poner a nuestra disposición una determinada cantidad de dinero. Nuestra empresa sólo pagará intereses por las cantidades que haya dispuesto y no por el límite total que se nos haya concedido. La empresa se compromete a la devolución de las cantidades de las que ha dispuesto en los plazos establecidos.





#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

7. ¿Qué es un crédito bancario? Explícalo con tus palabras.

##### 3.2.2.2. Préstamo

Con el préstamo establecemos un contrato con la entidad financiera, mediante el cual esta entidad entrega a nuestra empresa una cantidad de dinero previamente pactada, y nosotros nos comprometemos a devolver dicho capital más los intereses. Nuestra empresa pagará intereses por la totalidad de los fondos recibidos, ya que dispone automáticamente de todo el préstamo con independencia del momento en que vaya a utilizar el dinero.

En el contrato de préstamo figurará lo siguiente:

**PLAZO:** Es el tiempo en el que nos comprometemos a devolver el dinero al banco, siendo el más habitual el que va de los dos años como mínimo a los treinta años como máximo.

**COSTES:** Pedir un préstamo nos ocasionará una serie de costes, entre los que están:

- 1 **La comisión de apertura y los gastos de formalización.**
- 2 **Los intereses.** El banco nos puede dar un préstamo con interés fijo o variable.
- 3 **Los gastos de modificaciones.** Si por ejemplo cancelamos el préstamo o aumentamos su capital, debemos hacer frente a una serie de comisiones que nos cobrará el banco.

Cuando vayamos a pedir un préstamo para crear nuestra empresa, podemos solicitar **dos modalidades** en función de nuestras necesidades:

- 1 **PRÉSTAMOS PERSONALES:** Normalmente se utilizan para pequeñas cantidades y a devolver en un plazo de tiempo no demasiado largo. Un ejemplo de ello, es el necesario para comprar una furgoneta de reparto.
- 2 **HIPOTECARIOS:** Cantidad de dinero concedida, generalmente por una entidad financiera, a una persona física o jurídica (prestatario), con la garantía adicional de un bien inmueble (ej. una vivienda).

El préstamo hipotecario tiene como singularidad específica que toma como garantía real la vivienda (casa, chalet, apartamento...) a favor del prestamista (la entidad de crédito que presta el dinero). En caso de no cumplir las condiciones acordadas en la concesión del préstamo (ej. impago de los recibos de amortización, plazos, etc.), el Banco o Caja pasaría a ser la titular propietaria del inmueble.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**8. Explica en unas líneas lo que crees que es un préstamo hipotecario. ¿Qué ventajas tiene frente al préstamo personal?**

### 3.2.2.3. Microcrédito

El programa de microcréditos está orientado a personas con dificultades para acceder al sistema crediticio tradicional. Gracias a los microcréditos, muchas personas sin recursos pueden financiar proyectos por su cuenta. Son muy utilizados en países en vías de desarrollo.



Podemos pedir un microcrédito en caso de que no encontremos un aval para nuestra empresa, puesto que éste no requiere garantía alguna, y se conceden bajo la tutela de distintas Entidades Sociales.

Las Entidades Sociales son organizaciones con experiencia en acciones de asistencia económica o social cuyos objetivos son potenciar la creación de pequeñas empresas e incentivar la actividad emprendedora. El Banco firma convenios de colaboración para la concesión de microcréditos sociales con las Entidades Sociales, que actúan como enlace entre los beneficiarios de los microcréditos y el banco.

Los beneficiarios de los microcréditos pueden ser personas que quieran crear una empresa y tengan dificultades para acceder a los créditos habituales, en especial van dirigidos a los siguientes grupos de población :

- Hogares monoparentales.
- Población inmigrada.
- Personas mayores de 45 años.
- Mujeres.
- Personas con necesidades especiales o parados de larga duración.





#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 9. Contesta verdadero o falso.

- Las grandes empresas se benefician de los microcréditos.
- Los microcréditos tienen un interés elevado.
- Para conseguir un microcrédito hay que contactar con entidades sociales.
- Los bancos no tienen potestad para aprobar el microcrédito.

**Razona cada respuesta.**

#### 3.2.2.4. Sociedades de Capital Riesgo

Se trata de sociedades especializadas en la inversión de capitales en empresas. El capital riesgo es un instrumento financiero que consiste, fundamentalmente, en la participación de manera temporal y minoritaria de una entidad de capital riesgo en el capital social de una empresa. Es decir, la entidad pone a disposición del proyecto empresarial recursos económicos, convirtiéndose en socio-accionista de la empresa financiada, participando, por tanto, de modo directo en los riesgos y resultados de la aventura empresarial.

#### 3.2.2.5. El renting

Las empresas que necesiten cambiar su equipamiento cada poco tiempo pueden verse beneficiadas con este sistema. Los equipos informáticos y vehículos son muchas veces financiados de este modo. Consiste en el alquiler del bien en cuestión durante un plazo determinado, tras el mismo se cambia por uno nuevo.

#### 3.2.2.6. El leasing

Conocido como arrendamiento financiero, se usa para la financiación del equipo y material necesario para la empresa. Se trata de alquilar estos bienes a una empresa a cambio de un canon periódico. Existe también una opción de compra sobre el material. Ayuda a poner en marcha una empresa con pequeños desembolsos.

#### 3.2.2.7. El factoring

Se trata de la cesión a una empresa especializada de facturas o créditos comerciales a corto plazo. El riesgo de insolvencia queda entonces asumido por esta empresa, denominada 'factor', a cambio de una comisión. Es habitual su uso para asegurar el cobro de operaciones de comercio exterior.

Reduce presiones sobre el capital circulante de las empresas en crecimiento, mejorando flujos de tesorería y reduciendo la carga de control de créditos, pero no es recomendable para empresas con clientelas reducidas o complejos modelos de pago y en ocasiones se considera un último recurso en empresas en situación difícil.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

- 10. Investiga en internet acerca de los tipos de leasing que hay y busca información también acerca de las ventajas fiscales que presenta esta modalidad de financiación.**



## GLOSARIO

- **AVAL:** es un compromiso solidario de pago de una obligación a favor del acreedor o beneficiario, otorgada por un tercero para el caso de no cumplir el obligado principal con el pago de un título de crédito. Sinónimo de garantía.
- **BOE:** Boletín Oficial del Estado.
- **BOJA:** Boletín Oficial de la Junta Andalucía.
- **BOP:** Boletín Oficial de la Provincia.
- **CAPITAL:** recursos físicos y económicos que posee un ente económico, obtenidos mediante aportaciones de los socios o accionistas destinados a producir beneficios, utilidades o ganancias.
- **FINANCIACIÓN:** aportación del capital necesario para el desarrollo de una empresa, proyecto u otra actividad.
- **INVERSIÓN:** se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación.

En el caso particular de inversión financiera los recursos se colocan en títulos, valores y demás documentos financieros, a cargo de otros entes, con el objeto de aumentar los excedentes disponibles por medio de la percepción de rendimientos, dividendos, variaciones de mercado y otros conceptos.

- **LEASING:** es un contrato de arrendamiento financiero que incluye una opción de compra para el arrendatario sobre el bien recibido en leasing, que podrá ejercitarse al final del contrato por un precio que se denomina valor residual y que, obligatoriamente, debe figurar en el contrato de arrendamiento financiero.
- **LETRA DE CAMBIO:** documento por el que alguien, llamado librador, da orden a otro, denominado librado, de que pague a un tercero, o tenedor, una cantidad de dinero en una fecha determinada.
- **PRODUCTIVIDAD:** capacidad de producir, ser útil o provechoso.
- **RENTING:** consiste simplemente en el alquiler de determinados activos fijos. Se trata por tanto de hacer que la empresa no tenga que cargar con los inconvenientes de gestionar y poseer una parte de sus activos fijos. Se trata de un contrato de alquiler a largo plazo.

## Bibliografía

- GARCÍA GONZÁLEZ, Ana. *Los nuevos emprendedores. Creación de empresas en el siglo XXI.*
- HERRERO PALOMO, Julian. *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa.* Ed. Thomson Learning Libero.2006.
- MAQUEDA LAFUENTE, Francisco J. *Dirección estrategia y planificación financiera de las PYMES.* Ediciones Díaz de Santos.1992.
- ALBER K. *Manual de administración estratégica.* Ed. Mc Graw Hill. Madrid 1985.

## Webgrafía

- <http://asociaciones.org/cm/Guia/Textos/Economia/busqueda.htm>
- <http://www.abanfin.com/modules.php?name=Manuales&fid=ff0bcag>
- <http://www.ecobachillerato.com/>
- <http://www.ecobachillerato.com/trabajosecono/microcredito.pdf>
- <http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml>
- [www.emprendia.es](http://www.emprendia.es)



UNIDAD DIDÁCTICA 6:

## departamento de producción



# Departamento de Producción

## 1. INTRODUCCIÓN

En esta unidad conoceremos la importancia del departamento de producción. Éste se ocupa de la realización del producto, los costes y de otros factores que intervienen en la elaboración del mismo. Es el corazón de una empresa.

En el **departamento de producción** se realizan las siguientes funciones:

- 1** Análisis y control de lo que fabricamos.
- 2** Medición del trabajo.
- 3** Formas de trabajar.
- 4** Higiene y seguridad industrial.
- 5** Control de la producción y de los inventarios.
- 6** Control de Calidad.

En **resumen**, su función principal es elaborar un producto de calidad con el menor costo posible, también debe controlar el material con el que se trabaja, planificar los pasos que se deben seguir, las inspecciones y los métodos, el control las herramientas, asignación de tiempos de elaboración, la programación, etc.



## 2. FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN

### ¿Qué necesitamos para producir?

- Un espacio o local donde nos instalaremos.
- Maquinaria, materias primas y otros componentes, herramientas y demás útiles.
- Personal cualificado para la elaboración.
- Un tiempo para fabricar el producto.

Producir es también aumentar la utilidad y el uso de los bienes para satisfacer necesidades humanas. De ahí que podamos decir que la actividad productiva no se limita a la producción física sino que tiene en cuenta otras cuestiones como el cuidado del medio ambiente, las relaciones humanas, el cumplimiento de normativa específica.... Todos estos aspectos añaden valor al producto.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 1. Imagina que creas una empresa de carpintería y tienes tu primer pedido: un sillón. Ponemos los cinco sentidos para elaborarlo de la mejor forma posible.

- ¿Qué características tendremos en cuenta para que el sillón sea del agrado de nuestro cliente?
- ¿Qué tendremos que controlar para que se entregue en la fecha establecida? Realiza un pequeño esquema.
- ¿Qué necesitamos para su fabricación? ¿Qué podemos hacer para reducir costes?

## 2.1. PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

En este momento tendremos que transformar las materias primas en productos elaborados.

Imaginemos, que queremos realizar una serie de marcos para cuadros, tendremos que adquirir primero las materias primas (maderas, pinturas, etc.) para luego construir el producto elaborado (cuadros ya montados).

El proceso de transformación está compuesto por:

- I** Tarea: Es una actividad a desarrollar por los trabajadores y/o máquinas sobre las materias primas. En nuestro ejemplo, la elaboración de un cuadro, las tareas serían: medir, cortar maderas, pegar las, diferentes partes, etc.



- 2 Productos intermedios: Son los elementos resultantes de las tareas intermedias que han de hacerse para conseguir el producto final. Siguiendo con nuestro ejemplo son productos intermedios las maderas pegadas o las maderas pintadas, etc. antes de convertirse en cuadros terminados.
- 3 Información: Son las instrucciones donde se explican los pasos a desarrollar para la realización de las diferentes tareas.
- 4 Almacenamiento: Las materias primas, los productos semiterminados y productos terminados se depositarán en un almacén hasta que sean vendidos o utilizados en nuevos procesos de transformación .

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 2. Queremos construir el cuadro del ejemplo anterior. Haz un diseño del producto.

- Realiza un gráfico, describiendo en el mismo los pasos necesarios para construir el producto que has diseñado.
- Cita los materiales, herramientas, útiles que necesitas.
- Redacta unas instrucciones que recojan los pasos para poder realizar cada tarea.
- ¿Qué harías una vez terminado el cuadro?

## 2.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA PRODUCCIÓN

A la hora de elaborar un producto, tenemos que tener en cuenta una serie de factores. Los más importantes son: Tierra, trabajo, capital, los conocimientos humanos y la tecnología.

**TIERRA:** Se entiende no sólo la tierra agrícola sino también la tierra urbanizada, los recursos mineros y los recursos naturales en general.

**CAPITAL:** Conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios: la maquinaria o las instalaciones industriales, por ejemplo. Conviene que esto quede claro ya que la palabra 'capital' se usa muchas veces de forma incorrecta para designar cualquier cantidad grande de dinero. El dinero sólo será capital cuando vaya a ser utilizado para producir bienes y servicios, en cuyo caso se llamará capital financiero.

**TRABAJO:** La actividad humana, tanto física como intelectual. En realidad toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos.

**CONOCIMIENTOS HUMANOS:** Aquéllos conocimientos que están incorporados al factor trabajo (el "know-how" o saber hacer). El factor de producción es el saber generado de la investigación científica y tecnológica aplicado a la innovación.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### **3. ¿Qué factores necesitamos para fabricar nuestro producto?**

#### **4. Una vez que conocemos los factores pasamos al diseño de nuestro producto.**

El diseño estará en función de las necesidades y gustos de la clientela. Para ello, realizaremos un pequeño estudio del mercado (ver unidad 7). Posteriormente, utilizaremos dicha información para fabricar un primer artículo o varios artículos (diferentes estilos, colores, tamaños...) que mostraremos a amigos y familiares para que nos den su opinión.

### 3. EL PRODUCTO O BIEN

Una vez que conocemos la función de producción nos centraremos en el producto. Los beneficios de la empresa dependerán en gran parte de una buena y correcta producción.

Un producto es un objeto o bien que puede ser presentado en el mercado para su uso o consumo y que debe satisfacer la necesidad o el deseo del consumidor.

### CLASIFICACIÓN

Los productos se pueden clasificar en objetos físicos, servicios, personas, lugares y organizaciones.

Dichos productos se pueden clasificar desde distintos puntos de vista:

#### De acuerdo con su duración:

Bienes no duraderos: Son bienes tangibles que se consumen por lo general en una o varias veces que se usen. Ejemplos de ello son la cerveza, el jabón y la sal.

Bienes duraderos: Son bienes tangibles que suelen sobrevivir al uso. Ejemplos: electrodomésticos, herramientas y ropa.





### Con base en los hábitos de compra del consumidor.

**Bienes de conveniencia:** Son aquellos que el cliente compra de forma inmediata y con un mínimo esfuerzo. Los bienes de conveniencia se subdividen en artículos principales (necesarios), de impulso (elementos que compramos sin planearlo ni buscarlos) y de emergencia (se compran cuando existe una necesidad urgente).

**Bienes de compra:** El consumidor antes de adquirirlos compara las características de adecuación, calidad, precio y otros.

**Bienes especiales:** Bienes con características de marca únicas, para las que por lo general un grupo importante de compradores desea realizar un esfuerzo especial de compra.

**Bienes no buscados:** Son bienes que el consumidor no conoce o, en caso de conocerlos, normalmente no piensa comprar.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 5. Clasificamos nuestro producto en relación a los criterios que hemos visto.

### 4. ENVASE Y EMBALAJE

Cuando hayamos terminado el producto, tendremos en cuenta la forma, tamaño y originalidad del envase para su venta. Este envase intentará hacer dicho producto más atractivo con el fin de que el comprador sea atraído por el mismo.

El envase puede desempeñar un papel menor o muy importante.

A la hora de decidir sobre la utilización de un envase para nuestro producto, hay que tener en cuenta una serie de aspectos:

- **AUTOSERVICIO.** El envase debe cumplir varias funciones: llamar la atención, describir las características del producto, crear confianza en el consumidor y provocar una impresión favorable.
- **RIQUEZA DE LOS CONSUMIDORES.** La mayoría de ellos desea pagar un poco más por la conveniencia, apariencia, confianza y prestigio de un buen envase.

IMAGEN DE LA EMPRESA Y LA MARCA.

OPORTUNIDAD DE INNOVACIÓN.

Para que el envasado de nuestro producto sea eficaz:

- 1 Definiremos las **características básicas** que debe tener un envase para cada producto específico.
- 2 Pensaremos en los **elementos adicionales del envase y embalaje** como el tamaño, forma, materiales, color, texto. Decidiremos la cantidad de texto, el uso de papel celofán u otros materiales transparentes, etc. de tal forma que todos los materiales que intervienen en el envase resulten atractivos y coordinados. Además, los diferentes elementos de empaque deben armonizar con el precio, publicidad y otros elementos del mercado.
- 3 **Pruebas.** Realizaremos distintas pruebas para garantizar que resiste en condiciones normales, también otras pruebas de tipo visual (comprobar que el texto es legible, que los colores son armoniosos...) algunas pruebas de distribución (asegurar que los distribuidores encuentran el empaque atractivo y fácil de manejar) y por último, pruebas de consumo (confirmar una respuesta favorable de los consumidores).

La importancia del envase y embalaje no puede ser mayor, considerando que es fundamental para atraer a los clientes y dejarlos satisfechos con la compra del producto. Por ello, las empresas deben poner atención a las crecientes preocupaciones del entorno y a la seguridad del empaque, tomando decisiones que sirvan a los intereses de la sociedad, así como a los de los clientes y a los de la empresa.



## 5. ETIQUETADO

Cuando el producto esté envasado, el siguiente aspecto que tendremos en cuenta será el etiquetado del mismo. La etiqueta puede ser una simple tarjeta unida a un producto o un elaborado diseño que forme parte del envase. Puede llevar sólo el nombre de la marca o una gran cantidad de información. Existe toda una normativa legal desarrollada respecto al etiquetado.

Las etiquetas desempeñan varias funciones:

- 1 Identifican el producto o marca.
- 2 Puede clasificarlo o describirlo: Quién lo fabricó, dónde y cuándo lo hizo, qué contiene, cómo se debe utilizar.
- 3 Atrae al consumidor por medio de gráficos atractivos.

Sin embargo, las etiquetas con el tiempo pueden pasar de moda y necesitan renovarse.





#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

6. Te proponemos buscar información en internet sobre la normativa relacionada con el producto que estamos fabricando. Explícalo con tus palabras.

### 6. MARCA

Aunque en la unidad 7 se estudiará la marca como elemento de atracción al cliente, en esta unidad realizaremos una pequeña descripción de la misma viendo cómo influye ésta en el proceso de fabricación.

Uno de los aspectos que más hemos de cuidar en nuestra empresa es la capacidad de crear, mantener, proteger y ampliar las marcas.

Una marca es un nombre (Covap), símbolo (el cocodrilo de Lacoste) o combinación de ambos (la marca de Adidas) que pretende identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de éstos, y diferenciarlos de los de la competencia.

Para desarrollar la marca de nuestro producto hemos de dedicar una gran cantidad de tiempo y capital a largo plazo, en particular en publicidad, promoción y empaque.

Nuestra empresa podría también, en lugar de crear nuestra propia marca, hacer el producto para otras marcas, lo cual resultaría más sencillo. Sin embargo, pronto nos daremos cuenta de que el poder radica en las empresas que poseen la marca. Las marcas fidelizan a la clientela.

Es muy interesante en la producción valorar los costes que supone crear una marca (diseño, registro, utilización posterior en material escrito, regalos promocionales y publicidad).

#### COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA MARCA

A través de ésta el vendedor ofrece a los compradores una serie de características, beneficios y servicios.

De ahí, que con la marca que elijamos comuniquemos los siguientes aspectos:



## 7. GARANTIA

Es esencial cuidar que el producto se encuentre en perfectas condiciones de uso en el punto de venta. Con la función de la garantía nos comprometemos con el comprador durante un periodo de tiempo no inferior a tres meses desde la venta del producto a solventar las deficiencias salvo por mal uso. Durante ese tiempo el consumidor tiene derecho a que se repare o devuelva el producto gratuitamente.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 7. Haz comentarios a las siguientes afirmaciones.

- La etiqueta no tiene valor atractivo para la venta del producto.
- Se ha de cambiar de etiqueta para que el producto no quede desfasado.
- En algunos productos (alimentos), la etiqueta debe llevar información adicional.
- La etiqueta y la marca es lo mismo.
- La marca es un elemento para utilizarlo a corto plazo.
- Hay fabricantes que realizan productos y posteriormente se los venden a otras empresas para que les pongan sus marcas.
- La marca puede reflejar valores sociales (solidaridad, protección del medioambiente, etc.).
- La función de la garantía es tranquilizar al comprador con respecto a la calidad del producto.

## 8. PROCESO DE FABRICACIÓN

El proceso de fabricación consiste en la transformación de las materias primas en productos elaborados, utilizando para ello diversos medios, tanto físicos como humanos.

En el supuesto de la fabricación de unos pantalones, para elaborar los mismos necesitaremos: materias primas (tela, hilo, cremalleras, etc), medios físicos (máquinas de coser, por ejemplo) y humanos.

Según los medios utilizados, la coordinación de los mismos, las características y exigencias de los productos a fabricar, distinguimos dos distintos tipos de producción:

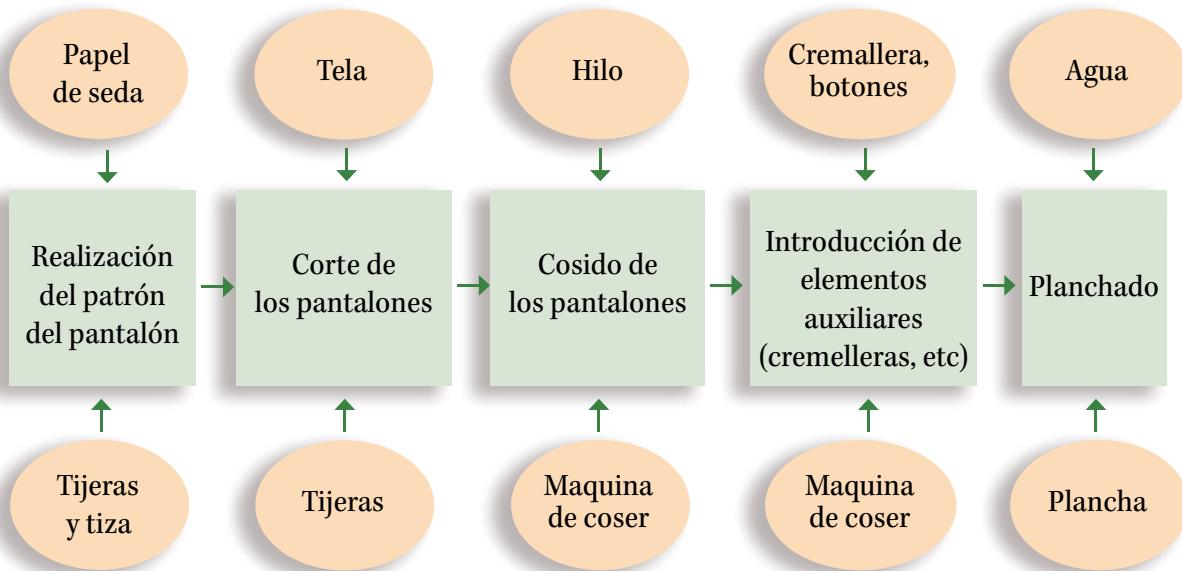




## 8.1. PRODUCCIÓN POR MONTAJE

La naturaleza del producto hace que éste se construya en diferentes etapas necesarias hasta llegar al producto final.

### Ejemplo de fabricación por montaje



Para elaborar el producto, se ha de atender no sólo a la planificación de los elementos y al diseño del producto sino también a otros aspectos importantes como el dinero necesario para la fabricación, las máquinas y materiales que ha de emplear, las personas con las que debemos contar y el trabajo que éstas han de desempeñar, etc.

Cada una de las etapas que forman parte de la producción por montaje han de ser cuidadosamente planificadas. En nuestro ejemplo, debemos planificar con tiempo cuándo realizará los patrones del pantalón, en qué momento se dará la orden de comienzo para realizar el corte y la producción, si le colocará corchetes o botones, etc.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 8. Cambiamos de supuesto, vamos a crear una empresa que se dedicará a la producción de pan.

- Investigaremos en hornos y panaderías del barrio acerca de las materias primas, instalaciones y maquinaria que se necesitan.
- Como la fabricación se va a realizar por montaje, fabricaremos grandes cantidades. Elabora un esquema que recoja el proceso de fabricación.

## 8.2. PRODUCCIÓN SOBRE PEDIDO

En este tipo de producción cada artículo presenta unas características distintas con respecto a los restantes hasta tal punto que frecuentemente es único.

Pensemos, por ejemplo, en que el consumidor desea adquirir una prenda de ropa. Ante esta situación, podría hacer dos cosas: dirigirse a un establecimiento y comprar aquella que le guste, o bien diseñar su propia prenda y encargar su confección. A este último caso se le llama producción sobre pedido.



Los dos sistemas de producción no son incompatibles entre sí, una misma empresa puede dedicarse a ambos.

### 8.3. ALMACENAJE

Una vez terminado el producto, tenemos que pensar en su almacenaje para su posterior distribución. Debemos contar con un local adecuado para depositar los productos terminados valorando sus características del producto, situación, coste...



## 8.4. NORMAS DE SEGURIDAD Y SALUD

Para que nuestra empresa funcione correctamente, uno de los requisitos a tener en cuenta son las normas de seguridad y salud. Con el cumplimiento de éstas evitaremos muchos accidentes laborales y riesgos innecesarios.

Existen normas de obligado cumplimiento para las empresas, gracias a ellas conseguiremos un ambiente de seguridad y que la fabricación se haga de manera más ordenada y eficaz.

Las normas de seguridad y salud se clasifican en varios grupos; en este apartado vamos a citar solamente las más destacadas.

### NORMAS GENERALES

- El mantenimiento del orden y la vigilancia del trabajo dan seguridad en la empresa, por lo que todos los trabajadores hemos de colaborar para conseguirlo.
- Los trabajadores debemos avisar ante condiciones peligrosas e inseguras.
- No debemos utilizar máquinas sin autorización.
- Procuraremos usar las herramientas apropiadas y las conservaremos adecuadamente. Al terminar el trabajo las dejaremos en el sitio adecuado.
- Utilizaremos las prendas de protección establecidas y las mantendremos en buen estado.
- No quitaremos sin autorización ninguna protección de seguridad o señal de peligro, pensando así en que podría afectar a la seguridad de los compañeros.
- Prestaremos atención al trabajo que estamos realizando, evitando las prisas, puesto que éstas son las principales causantes de los accidentes laborales.

### NORMAS RELACIONADAS CON EL ORDEN Y LA LIMPIEZA

- Todos las personas empleadas mantendremos limpio y ordenado el lugar de trabajo.
- No dejaremos materiales alrededor de las máquinas. Los colocaremos en lugar seguro y donde no estorben.
- Guardaremos ordenadamente y de forma segura los materiales y herramientas.



#### NORMAS RELACIONADAS CON LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL

- Todos los miembros de la empresa llevaremos las ropas de trabajo de forma adecuada: es peligroso llevar partes desgarradas, sueltas o que cuelguen.
- Protegeremos nuestras vías respiratorias y oídos.

#### NORMAS RELACIONADAS CON LAS HERRAMIENTAS MANUALES

- Las herramientas defectuosas deben ser retiradas.
- Los trabajadores no llevaremos herramientas en los bolsillos, salvo que estén adaptados para ello.

#### NORMAS RELACIONADAS CON LAS EMERGENCIAS

- Todos los miembros de la empresa evitaremos correr o empujar a los demás. Si nos encontramos en un lugar cerrado buscaremos la salida más cercana sin atropellamientos.
- Usaremos las salidas de emergencia, nunca los ascensores o montacargas.
- Prestaremos atención a la señalización, que nos ayudará a localizar las salidas de emergencia.
- La empresa tiene que contar con un plan personalizado de evacuación y emergencias.

#### NORMAS RELACIONADAS CON LOS ACCIDENTES

- Ante un accidente, mantendremos la calma pero actuaremos con rapidez.
- Pensaremos antes de actuar, asegurándonos de que no hay más peligros.
- Avisaremos inmediatamente al servicio médico y/o servicio de socorro.



#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 9. Realiza un plano de la empresa que te gustaría montar.

- Sitúa en ella las señales de seguridad que sirven para evitar accidentes.
- Dibuja los recorridos de emergencia hasta la salida.
- Distribuye los aparatos contra incendios que crees harán falta en tu local.

Para realizar todo lo anterior puedes pedir información en tu ayuntamiento (gerencia de urbanismo) o en el servicio de bomberos.

## 9. GESTIÓN DE LAS COMPRAS

Para que la gestión de las compras sea eficaz es necesario que nuestra empresa cuente con buenos proveedores.

Para ninguna empresa resulta rentable fabricar todo el material que utiliza, por lo que se debe recurrir a la especialización, esto aporta importantes ventajas. Una buena gestión de compras proporciona una buena oportunidad para reducir los gastos y aumentar beneficios siempre y cuando no suponga una merma en la calidad del producto.

En resumen, la actividad de compras:

Ayuda a identificar los productos y servicios que mejor se pueden obtener.

Intenta negociar con los mejores proveedores, desarrollando los mejores precios y entregando correctamente los productos y servicios.

### 9.1. TIPOS DE GESTIÓN

La gestión de compras tiene que observar los aspectos siguientes:

#### 1. Gestión de la fuente

Se basa en un adecuado enfoque de las compras, se ocupa de encontrar proveedores y negociar buenas condiciones. Siguiendo con nuestro ejemplo de la confección de ropa, tendremos que buscar proveedores que nos suministren de forma eficaz las materias primas (tela, botones, cremalleras, etc.), todo esto es gestión de la fuente.

## 2. Gestión del suministro

Con los proveedores no sólo aseguraremos la gestión de la fuente sino que los materiales nos lleguen a lo largo del tiempo en la forma y plazo que determinemos, a esto llamamos gestión del suministro.

El proveedor elegido debe garantizarnos la llegada de materiales por ejemplo a lo largo de tres años.

## 3. Gestión de existencias

La gestión de las existencias incide directamente en la economía de la empresa, tendremos que tener en cuenta los gastos de transporte, gastos de almacenaje, valoración adecuada de las existencias según diferentes criterios, etc.

Una buena gestión de los materiales no sólo persigue la reducción de gastos, sino una atención adecuada al cliente, de manera más rápida y eficaz.

Valoraremos la conveniencia de disponer de un almacén para depositar el stock.

### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**10. Te hace falta madera, como materia prima principal, para poder construir cuadros. Tendrás que realizar gestiones para que esta materia prima esté siempre disponible en nuestra empresa.**

Busca información en revistas, periódicos, etc. sobre posibles proveedores, transporte, etc. y rellena el siguiente cuadro.

Gestión de la fuente
Gestión del suministro
Gestión de los materiales





## 9.2.RELACIONES CON PROVEEDORES

Para contar con buenos proveedores seguiremos los siguientes pasos:

**1. Evaluación del proveedor:** Partiendo de una serie de proveedores potenciales analizaremos los que se adecuan mejor a nuestras necesidades los seleccionaremos (consultar anexo 4: Proceso administrativo de la compraventa).

**2. Negociaciones:** una vez realizada la selección iniciaremos un proceso de diálogo que tendrá que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Precios basados en el costo: Requiere que el proveedor indique al comprador los gastos derivados de mano de obra y materiales.
- Precios basados en el mercado: El precio está basado en un precio publicado en el mercado.
- Licitación competitiva: Se da en los casos en que los proveedores no están dispuestos a discutir los costos con los compradores, por lo que para efectuar nuestras compras debemos contrastar los presupuestos que nos ofrecen los distintos proveedores.
- Acuerdos: El proveedor y comprador deben estar de acuerdo en revisar ciertos datos de costos, aceptar los precios de materias primas,etc.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**11. Busca en tu barrio qué proveedores te podrían hacer falta para poder fabricar los pantalones. Haz una lista de los mismos.**

Realiza una tabla comparando unos con otros (precios de las materias primas, forma de pago, etc.)

Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4

## 9.3. TÉCNICAS DE COMPRAS

A la hora de efectuar las compras podemos emplear las siguientes técnicas:

**1. Pedidos abiertos:** El suministro sólo se hace a partir de la recepción de un documento, que no es otra cosa que un contrato de compra.

**2. Pedidos electrónicos:** Realizados a través de internet. Presentan la ventaja de simplificar los trámites administrativos y el tiempo.

*Nos hace falta urgentemente una partida de botones para terminar unos pantalones; para adquirirlos, podemos hacer dos cosas: dirigirnos al almacén de nuestro proveedor y entregarle un documento con el número y tipo de botones necesarios (pedido abierto), o bien enviarle un correo electrónico haciéndole dicho pedido; este último caso acelera el proceso de adquisición de los materiales, sobre todo si nuestro proveedor no está cerca.*

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 12. Comenta las siguientes afirmaciones:

- La función de las compras es la de adquirir sólo materias primas para la elaboración de productos y no la de buscar productos semielaborados para integrarlos en nuestro producto final.
- Para realizar una buena compra hay que gestionar tanto las fuentes como el suministro o los materiales.
- No hace falta hacer un estudio minucioso de los proveedores que nos suministran el material.

## 10. COSTES DE PRODUCCIÓN

Nuestra empresa ha de tener en cuenta los costes de producción, es decir, los derivados de la compra de materias primas, del trabajo realizado, del transporte, de la adquisición de maquinaria, etc. Para reducir costos, nuestra empresa puede optar por:

- 1 Aprovechar los recursos existentes sin realizar nuevas inversiones (por ejemplo, botones que nos han sobrado en la elaboración de prendas anteriores).
- 2 Realizar nuevas inversiones que mejoren la tecnología (ejemplo, máquinas de coser más sofisticadas que realicen mayor número de funciones).
- 3 Reducir los costos sin reducir la calidad (buscando los proveedores que nos oferten una mejor relación de calidad-precio).

## CLASIFICACIÓN

La clasificación de los costos la realizaremos atendiendo a los siguientes elementos:



En cuanto a los factores que intervienen en la elaboración del producto:

**1. Costos directos:** Son aquellos que se pueden imputar directamente a cada producto. Pensemos en el ejemplo de la empresa dedicada a la fabricación de cuadros. Tendremos que prever una serie de gastos en cada producto (madera, puntillas, grapas, pintura de las molduras de los cuadros, coste de la mano de obra...).



**Costos indirectos:** Son aquellos que afectan al proceso en su conjunto sin que sea fácil determinar en qué medida participan en cada producto. Ejemplo: la energía eléctrica dedicada a mantener las luces encendidas del taller, los seguros sociales de los trabajadores, etc.

En cuanto a la cantidad de producto o al volumen de producción, los costos se dividen en:

**1. Costos fijos (CF):** Son aquellos que para un periodo de tiempo permanecen invariables, es decir no cambian con el tiempo. Sigamos con nuestro ejemplo de los cuadros, los costos fijos serían los derivados de la adquisición de maquinaria, alquiler del local, seguros sociales de los trabajadores, etc.



**2. Costos variables (CV):** Son aquellos que varían en función de los consumos derivados del volumen de productos que se elaboren y del tiempo que se necesite para ello.

Ejemplos de costos variables pueden ser: gastos de teléfono, horas extras, suministros, etc.

A mayor producción, mayores costes variables.



**3. El coste total (CT):** Es la suma de los costos fijos y los variables:

$$CT = CF + CV$$

**4. Costo unitario del producto:** Una vez que conocemos el coste total, se divide éste entre el número de unidades obteniendo así el coste unitario del producto.

**COSTE UNITARIO= COSTE TOTAL**

Nº DE UNIDADES

En la empresa de confección vamos a fabricar 500 pantalones. Analiza el cuadro siguiente:

Costes fijos	Maquinaria.....300 euros Seguros sociales.....200 euros del local.....150 euros Sueldos.....350 euros Total.....1000 euros
Costes variables	Gasto de luz.....150 euros Gasto materiales (metros de tela, botones, cremalleras, hilo...).....300 euros Gasto teléfono.....50 euros Total.....500 euros
Coste total	.....1500 euros
Coste unitario	1500 euros : 500 pantalones = 3 euros/pantalón

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 13. Determina los costes fijos y variables que intervienen en la fabricación de un bolígrafo.

- Valora económico cada uno de los costes.
- Analiza, con los datos anteriores, la ganancia que consigue el fabricante de un bolígrafo.

## 11. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Una vez determinados los costes, llevaremos a cabo un análisis para fijar el precio. Este análisis también será necesario para el lanzamiento de un nuevo producto.

### 11.1. CLASIFICACIÓN DE LOS PRECIOS

Los precios se pueden fijar en base a los costes, al mercado y a la competencia.



### BASADOS EN EL COSTE

Incremento sobre el coste total. Se le añade un porcentaje de beneficio al coste total. Este es un sistema aplicado principalmente por los intermediarios.

### BASADOS EN LA DEMANDA

Cuando la demanda de un producto es elevada su precio tiende a subir, mientras que en situaciones de recesión tiende a la baja; y todo ello sucede aunque los costes no varíen. En el caso de subir nuestro precio disminuirán nuestras ventas y viceversa. Los más utilizados son:

- 1 **Discriminación de precios.** Consiste en vender un mismo producto a distintos precios, dependientes del lugar, del cliente o de la época del año de que se trate.
- 2 **Experimentación.** Consiste en probar durante un período de tiempo, varios precios para un mismo producto, con el fin de determinar la repercusión de los mismos en la demanda, y fijar el más conveniente para los objetivos de la empresa.
- 3 **Intuición.** Consiste en fijar los precios basándose en la presunción de los efectos que los mismo vayan a tener sobre la demanda.

### BASADOS EN LA COMPETENCIA

Consiste en fijar un precio que guarde una determinada relación con los precios de los competidores. Estos precios en función de nuestra posición en el mercado se fijarán por encima, igual o por debajo de la competencia. Los más utilizados son:

- 1 **Precios de penetración.** Se establecen inicialmente precios bajos, para penetrar en un mercado cerrado y dominado por la competencia.
- 2 **Precios máximos.** Se fijan inicialmente precios altos, buscando el prestigio y sacrificando una mayores ventas por tener más margen de beneficios. Después habrá que bajar precios y puede tener inconvenientes. Cuando esta estrategia está hecha premeditadamente para dar prestigio al producto y luego generalizarlo recibe el nombre de “estrategia de desnatado”.
- 3 **Precios de lanzamiento.** Se lanza un producto al mercado con un precio transitorio, con carácter de oferta promocional, dejándose sin definir claramente cuál va a ser su precio definitivo. Constituye una política de manos libres para la empresa, ya que la subida posterior no se considerará como tal, sino como la desaparición de aquel precio coyuntural.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****14. Hemos decidido lanzar un nuevo producto al mercado: un vestido muy llamativo**

- ¿Qué método de fijación de precios elegirías? Razona tu respuesta.

**11.2. FACTORES QUE AFECTAN AL PRECIO**

En nuestra empresa hemos de tener en cuenta una serie de factores que afectarán directamente al precio de los productos que fabriquemos. Estos factores son:

- 
- 1 **Efecto del valor único:** Los compradores son menos sensibles al precio cuando el producto es más original, estando por tanto dispuestos a pagar más.
  - 2 **Efecto de conciencia de los sustitutos:** Se trata de productos que pueden suplir al realizado por la empresa. (azúcar-sacarina, pan-picos,...)
  - 3 **Efecto de la comparación difícil:** Los compradores son menos sensibles al precio cuando no pueden comparar con facilidad la calidad de los sustitutos, no sabiendo así si éstos son caros o baratos.
  - 4 **Efecto de la utilidad final:** Los compradores son menos sensibles al precio cuanto menor es el coste total del producto terminado, resultando así un producto más barato.
  - 5 **Efecto del precio-calidad:** Los compradores son menos sensibles al precio cuando se supone que el producto debe tener más calidad, prestigio o exclusividad.

**11.3. ADAPTACIÓN DEL PRECIO**

Si nuestro producto se va a vender en diferentes zonas geográficas, el precio será modificado en función de los costes de distribución. La fijación de precios por área geográfica implica que nuestra empresa decida cómo fijar el precio de nuestros productos a los clientes en distintas localidades o países.



También adaptaremos el precio en función de las condiciones de la operación de compraventa: descuentos por pronto pago, descuentos por volumen (rappel), ventas fuera de temporada, descuentos especiales hechos a intermediarios, etc. Existe otro tipo de descuento que podemos llamar “rebaja de cambio” que consiste en la rebaja del precio al adquirir un nuevo producto cuando se entrega el usado.

### Reacciones de los compradores hacia los cambios de precio

Cuando hagamos descuentos o rebajas en el precio de nuestro producto, debemos indicar qué motivos concretos han llevado a nuestra empresa a reducir el precio del producto fabricado, puesto que si éstas no están claras, el comprador puede malinterpretar la situación; así, podría pensar que el artículo se va a reemplazar por un modelo más moderno, que el producto no se está vendiendo bien, que la empresa presenta problemas financieros o que se ha reducido la calidad del producto. Estas razones puede alejar a nuestros clientes.

El incremento en el precio del producto actúa en dos direcciones, primera . el cliente piensa que el producto se encuentra de moda o se ha mejorado su calidad, etc. o bien puede pensar que dicha subida es injustificada lo que provocaría la pérdida de fidelidad del usuario.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

##### **15. Pensamos en un nuevo producto:**

- Una vez culminados todos los pasos queremos colocarlo en el mercado. Analiza los diferentes mercados e introduce este producto en el que creas que vas a obtener máximos beneficios.

##### **Explica los criterios que has utilizado para esta elección.**

- Fija el precio atendiendo al tipo de mercado elegido.



## GLOSARIO

- BIENES TANGIBLES: conjunto de elementos que pueden apreciarse por los sentidos.
- CALIDAD: propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla con respecto a las restantes.
- COMPETENCIA: grupo de personas o de entidades que ejercen la misma profesión o actividad que otras.
- COSTES: gasto que se hace para la obtención de una cosa o servicio
- INVENTARIOS: relación detallada de bienes.
- INVERSIONES: acción de destinar el capital a obtener algún beneficio.
- MARCA: es todo aquello que los consumidores reconocen de un producto y que atrae a los consumidores, haciendo que estos sean elegidos, por encima del resto.
- MATERIAS PRIMAS: cada una de las que emplea la industria para su transformación en productos elaborados.
- PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN: conjunto de operaciones ordenadas cuyo fin es la obtención de un producto elaborado.
- PRODUCTO: conjunto de elementos físicos reunidos de forma que se puedan identificar.
- PROVEEDORES: persona o empresa que abastece de algunos artículos necesarios.
- STOCK: conjunto de productos en depósito o reserva.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES. Norman Gaither, Greg Frazier. *Thomson Learning Ibero*. 2000.
- ALMACENAJE DE PRODUCTOS. Escudero Serrano, M<sup>a</sup> José. *Thomson Learning Ibero*. 2005.



- DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA. Kotler, Philip. *ed. prentice hall*, 8<sup>a</sup> edición, 1996.
- DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN - DECISIONES TÁCTICAS. Heizer y Render. *ed. prentice hall*.
- NORMAS BÁSICAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL. Universidad Complutense de Madrid (España).

## WEBGRAFÍA

- <http://www.ecobachillerato.com/>
- <http://www.gruposantander.es/ieb/glosario/glosarioindex.htm>
- <http://www.losrecursoshumanos.com/normas-seguridadindustrial.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos/tprodcost/tprodcost.shtml>





UNIDAD DIDÁCTICA 7:  
**un poco de**  
**Marketing**



# Un poco de Marketing

## 1. INTRODUCCIÓN

Independientemente del tamaño de la empresa es necesario hacer un poco de marketing. Es imprescindible si queremos que nuestra empresa tenga éxito.

«El buen paño en el arca se vende» ha perdido hoy toda vigencia. Todo lo contrario, podría afirmarse rotundamente, a la vista de miles y miles de experiencias, que el buen paño en el arca «no» se vende, si no existe otro tipo de actividad de marketing que lo dé a conocer y lo haga desear.

## ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING?

En cuanto a las áreas de actividad que componen su gestión se pueden resumir en seis:

- 1 Investigación de mercados.
- 2 Diseño del producto.
- 3 Fijación de precios.
- 4 Canales de distribución: Cómo haremos que llegue el producto a nuestros clientes.
- 5 Comunicación y publicidad, todo lo que tiene que ver con dar a conocer nuestros productos.
- 6 Organización del propio departamento.



## 2. INVESTIGANDO NUESTRO MERCADO

### ¿Qué vamos a vender y a quién?

Seguro que ya tenemos una idea pero necesitamos profundizar sobre ella.

*Quizás nuestra idea sea vender comida saludable, pero realmente qué tipo de alimentos vamos a vender. ¿Incluirímos fruta y verduras? ¿Pan y otros productos de consumo diario? ¿Venderemos solamente productos ecológicos? ¿Podemos vender también vitaminas y cosméticos? ¿Qué tipo de clientela está interesada en comprar y consumir comida saludable? ¿Hay alguna tienda cerca que comercialice este tipo de artículos? Sí es así, qué vamos a hacer nosotros/as para diferenciarnos....como veis, sea cual sea el producto que vamos a vender, tenemos que tomar un montón de decisiones.*

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1. Antes de comenzar a investigar nuestro mercado, vamos a seguir madurando nuestra idea empresarial. Para ello, contestaremos individualmente a las siguientes preguntas y después, haremos una puesta en común.**

1.1. Imaginando mi empresa ideal (no olvides que imaginar es gratis):

¿Dónde está ubicada? ¿Cómo es por dentro? ¿Qué cosas necesita tener? ¿Cómo son sus muebles? ¿Necesitamos un lugar de reuniones?... solamente se requiere de un poco de creatividad para construir un negocio exitoso, y la creatividad es gratis.

1.2. ¿Cómo me gustaría que fuese mi producto o servicio? (características, necesidades que va a cubrir).

1.3. ¿Me gustaría que mi negocio fuera diferente de lo que existe actualmente en el mercado? Recoge en el siguiente cuadro las principales diferencias que queremos tener. Podemos expresar estas diferencias con palabras, con dibujos, con fotografías...

### **2. Para desarrollar individualmente y a lo largo de todo el curso:**

En un tablón de corcho que situaremos en un lugar de nuestra casa que nos resulte agradable y tranquilo, iremos pinchando recortes, artículos, fotografías, dibujos, ideas... toda aquella información útil que nos anime a desarrollar nuestra propia idea de negocio. No olvides que en la unidad 10 desarrollarás tu propio Plan de Empresa.

Ahora, lo más importante para poder llevar a cabo con éxito las ideas incluidas en la ficha anterior es investigar y aprender todo lo que podamos en relación a nuestro sector, producto o servicio, competidores...

**¡Nos divertiremos investigando!**



### ¿Qué es y para qué sirve un estudio de mercado?

Es una herramienta muy útil que sirve para obtener información, analizarla y decidir sobre aspectos tan importantes como los siguientes:

- Dónde ubicar físicamente nuestra empresa.
- La cantidad de consumidores que habrán de adquirir nuestro bien o servicio.
- El precio que están dispuestos a pagar nuestros futuros clientes.
- Las características del producto o servicio más demandadas por los consumidores.
- Qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

## 2.1 INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

### ¿Por dónde empezamos?

- Buscaremos información en revistas especializadas en nuestro sector.
- Preguntaremos en las librerías o bibliotecas cercanas acerca de libros relacionados con nuestra empresa.
- Buscaremos información en Internet: Aquí tienes algunas direcciones web de portales y revistas para emprendedores/as. Seguro que encuentras muchas más.

[www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es)  
[www.mujeresdeempresa.com](http://www.mujeresdeempresa.com)  
[www.emprededoras.com](http://www.emprededoras.com)  
[www.pymes-online.com](http://www.pymes-online.com)  
[www.autoocupacion.org/esp/index.htm](http://www.autoocupacion.org/esp/index.htm)  
[www.emprendo.com](http://www.emprendo.com)  
[www.e-mprendedores.com](http://www.e-mprendedores.com)  
[www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa](http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa)  
[www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer](http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer)

- Hablaremos largo y tendido con todas aquellas personas (empresarios/as, clientes/as, empleados/as...) que conozcamos que puedan estar relacionadas de alguna manera con la actividad empresarial que deseamos poner en marcha.

 Visitaremos empresas dentro y fuera de nuestra ciudad que se dediquen a una actividad similar a la que queremos crear y que, de alguna manera, puedan ser un referente. Nos servirá para adquirir ideas, conocer las últimas tendencias y tener localizados a nuestros futuros competidores.

**Consejo:** Lleva un cuaderno de notas contigo y anota todo aquello que consideres interesante. La memoria, a veces, juega malas pasadas.

Para recopilar información de todas estas fuentes, podemos repartirnos las tareas e investigar en pequeños grupos. Planificando el trabajo ganaremos tiempo.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

### **3. Toda la información recogida, nos servirá para llenar la siguiente ficha:**

#### **3.1. Características del sector: ¿Es creciente, decreciente o estable?.**

Todas las ideas, en general, suelen ser bonitas pero la pregunta clave es ¿Es un negocio? ¿Vamos a poder vivir de esto? ¿Lo podemos sostener en el tiempo? o, en otras palabras, ¿Es pan para hoy y hambre para mañana?

*Ejemplos de sectores emergentes que son cada vez más demandados: tratamiento de residuos, turismo rural, servicios de asistencia integral para mayores de 65 años, práctica de deportes, cuidado de niños, etc.*

#### **3.2. Características de nuestra futura clientela: (particulares, empresas, edad, ingresos, sexo, hábitos de consumo, gustos...)**

*Ejemplo: Si estás pensando en abrir un Centro de belleza y bienestar, tendremos que averiguar cómo son las personas que podrían estar interesadas en nuestros servicios:*

*La mayoría de las personas que visitan estos establecimientos son mujeres con una edad comprendida entre los 25 y los 50 años, casi todas ellas son independientes económicamente y con un nivel de ingresos medio-alto. Este tipo de mujer se preocupa mucho por su belleza y bienestar, dedica una parte importante de su tiempo a navegar por Internet así como a la lectura de libros y revistas, no ve demasiado la televisión, se gasta una cantidad significativa de dinero en moda y belleza.*

*El secreto está en averiguar qué quiere este tipo de público y dárselo. Conocer en profundidad a nuestros clientes/as nos ayudará a diseñar una estrategia comercial que nos lleve al éxito.*





### 3.3. Contactos establecidos con posibles clientes:

Recoge en un listado los datos de las personas que vamos conociendo y que se interesan en nuestros productos o servicios. Más adelante, nos dirigiremos a ellos/as.

### 3.4. Características de la competencia.

- ¿Qué empresas van a competir con la nuestra?  
(Anota su nombre, características, tamaño y localización geográfica)
- ¿Conoces las características de sus productos o servicios?  
(Diseño, características técnicas, tamaño,...)
- ¿Qué opinas de la relación calidad/precio que ofrecen dichas empresas?
- Ventajas comparativas respecto a la competencia:  
¿Qué hace que nuestra empresa sea especial?

## 2.2. NUESTRO PLAN DE INVESTIGACIÓN

Tras esa pequeña investigación preliminar, vamos a diseñar un plan para obtener información directa de nuestros clientes potenciales. Para realizar un estudio de mercado se emplean diversas técnicas de recogida de información, entre otros, **la encuesta**, la entrevista, observación y el grupo focal.

### Métodos para investigar un mercado:

#### I. La Encuesta

En este método se diseña un **cuestionario** con preguntas que se realizan a una muestra de la población. Una muestra es un grupo considerable de personas que reúne ciertas características de nuestro grupo objeto. **Éste es el método que más se utiliza para realizar estudios de mercado.**

#### II. La Entrevista en profundidad

Una vez diseñado un cuestionario se procede a entrevistar a personas consideradas líderes de opinión. Generalmente, los participantes expresan información valiosa para nuestro producto o servicio.

*Por ejemplo: ideas para promoción, estrategias de ventas.*



### III. La Observación

Otra opción que tenemos para obtener información es a través de la observación. Con simplemente observar la conducta de nuestro público objetivo podemos sacar conclusiones.

*Un ejemplo sería observar cómo las personas se comportan en el momento de escoger un producto en el supermercado.*

### IV. Grupo Focal

Los grupos focales son parecidos al método de la entrevista, con la diferencia de que la entrevista se realiza a un grupo en vez de a un individuo. Para el grupo focal se selecciona entre 10 a 12 personas con características o experiencias comunes.

*¡OJO! Es necesario tener un moderador para que conduzca la entrevista.*

Nos vamos a centrar en la encuesta como método de recogida de información.

#### ¿Qué pasos debemos dar?:

**Consejo:** Para esta actividad sería bueno contar con el asesoramiento de un experto.

#### 1. Definir objetivos de la investigación

Entre otros, puede ser conocer las necesidades y gustos de nuestro público objetivo, averiguar el precio que está dispuesto a pagar, tendencias del mercado...

Uno de los principales obstáculos de la persona que quiere crear una empresa es el desconocimiento del **tamaño de su mercado objetivo**. Puede que nuestro producto sea perfecto pero si no hay suficientes consumidores dispuestos a adquirirlo, nuestra idea fracasará. Por ello, es tan importante que conozcamos el mercado en el que nos vamos a mover.

*Ejemplo: Queremos ubicar una tienda de ropa gótica (forma de vestir con un cierto aire medieval en el que predominan los colores negros, el terciopelo, los vestidos largos estilo victoriano, corsés con faldas largas, capas, etc.), en una ciudad donde la mayoría de la población suele optar por otras formas de vestir más clásicas o elegantes. Después de hacer una investigación de mercado, nos damos cuenta de que sólo hay un grupo reducido de jóvenes dispuestos a adquirir nuestros artículos pero este grupo no tiene potencial suficiente para cubrir nuestros objetivos. Lo más sensato, en esta situación, sería descartar la idea o buscar una nueva ubicación para la tienda.*





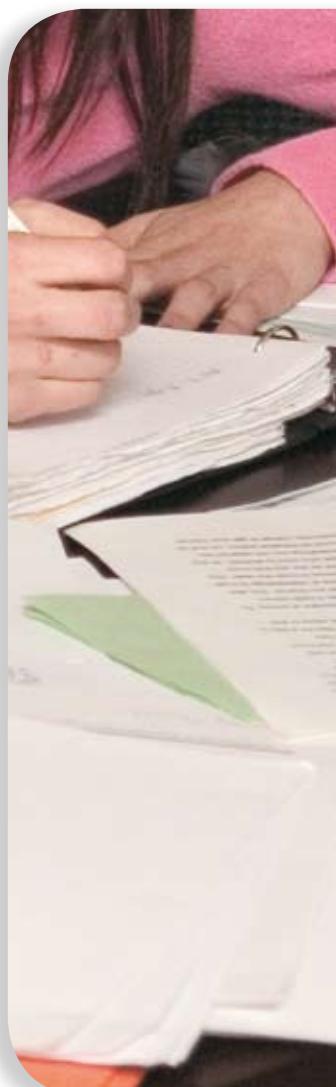
#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 4. Entre todos/as, damos respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué vamos a preguntar?
- ¿A quién vamos a realizar la encuesta?
- ¿Cuándo realizaremos las encuestas?
- ¿Cuántas encuestas haremos?
- Otros...

#### 2. Definir la Muestra

Como normalmente no es posible entrevistar a todos los habitantes de una ciudad, región, país... lo que se hace pues, es sustituir el universo que se quiere estudiar por una muestra que lo represente. Si la muestra está bien elegida y es suficientemente amplia, ésta será representativa.



#### 3. Elaboración del cuestionario

Para la elaboración de un cuestionario debemos tener en cuenta ciertas reglas que facilitarán el tratamiento de la información obtenida:

- 1 Hacer sólo las preguntas necesarias.
- 2 Realizar únicamente preguntas sencillas y directas.
- 3 Nunca preguntar “qué opina acerca de....” por la complejidad de la respuesta.
- 4 Formular al principio las preguntas más sencillas y posteriormente las que requieren un mayor esfuerzo.
- 5 Se debe asignar un número a cada pregunta.
- 6 Dejar para el final las preguntas de clasificación y datos personales.

Entre todos/as, redactaremos las preguntas de nuestro cuestionario.

*Un ejemplo de pregunta sencilla y directa:*

¿Qué es lo que más influye a la hora de comprar un televisor?

✓ garantía   ✓ precio   ✓ servicio   ✓ experiencia previa.

Hay distintas formas de realizar un cuestionario, las más comunes:

- Dar al entrevistado el cuestionario (debe ser fácil de leer y comprender, no debe provocar cansancio óptico).
- Hacer las preguntas y anotar las respuestas del entrevistado.

*Una buena idea es que nuestros compañeros del área de producción fabriquen varios modelos de nuestro producto con la intención de elaborar un pequeño catálogo con fotos que enseñaremos al realizar la encuesta y que servirá para que nuestros encuestados/as elijan el diseño que más les guste y nos den la información que buscamos.*

#### 4. Trabajo de campo

Nos convertimos en encuestadores/as. Cada miembro del equipo hace un número de encuestas y después, entre todos/as recogeremos la información en una tabla.

#### 5. Informe con las conclusiones

Este informe recogerá los datos del análisis y las conclusiones. Es la parte más importante.

Para la exposición de las conclusiones es muy útil aplicar porcentajes a los resultados. Por ejemplo, el 65% de la muestra entrevistada prefiere el tamaño grande y al 40 % le gusta más el color verde....

Es también interesante realizar una valoración cualitativa con las impresiones recogidas durante la realización de las encuestas.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 5. Redactamos un informe:

Este informe nos ayudará a definir las variables del marketing -mix

## PERO... ¿QUÉ ES ESO DEL MARKETING-MIX?

Seguro que, en alguna ocasión, hemos oido hablar del marketing-mix. Los especialistas lo definen como una combinación o mezcla (mix) de herramientas para alcanzar ciertas metas comerciales. Fue MCCARTHY quien a mediados del siglo XX, le dio el nombre de teoría de las «4 pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por P:

- 1 Product -> Producto
- 2 Place -> Distribución - Venta
- 3 Promotion -> Promoción
- 4 Price -> Precio

Vamos a ir viendo, de una manera sencilla, cada una de ellas en los siguientes apartados.

### 3. DISEÑANDO NUESTRO PRODUCTO, PENSANDO EN UNA MARCA Y UN LOGOTIPO

#### 3.1. EL PRODUCTO

##### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 6. Define con tus palabras qué entiendes por producto o servicio: ¿Qué diferencias hay entre producto y servicio?

Un **producto** es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.

Los productos de consumo, industriales... se pueden ver y tocar. Los **servicios** financieros, turísticos, ocio..., son actividades intangibles que no dan como resultado ninguna propiedad. En cualquier caso, las diferentes teorías que se aplican al producto son perfectamente aplicables al servicio, de ahí que a partir de ahora sólo utilicemos la palabra «producto».

Vamos a pensar en nuestro producto:

- 1 ¿Responde el producto a las necesidades del cliente?
- 2 ¿Debemos realizar modificaciones del producto inicial?
- 3 ¿Tiene la calidad adecuada?
- 4 ¿Se puede mejorar?



### 3.2. LA MARCA

Cada vez los productos se parecen más entre sí y es más difícil para los consumidores distinguir sus atributos. La marca es el principal identificador del producto y un medio a través del cual construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores. Es mucho más que el nombre de un producto, es una emoción.

No es lo mismo conocer una marca que sentir una marca. El gran valor de los beneficios emocionales es que provocan un sentimiento de profundidad y satisfacción debido a la relación marca-consumidor en estrecha identificación.

*“Una marca que llega a su mente consigue un comportamiento, una marca que llega a su corazón consigue un compromiso”.(Scott Talgo, experto en Estrategias de marca).*

Ejemplos: *Pepsi*, a lo largo de los años, ha logrado posicionarse como una marca juvenil y ha hecho que quien consume el producto se sienta joven, sin importar su edad. La juventud es un atributo que se transforma en una emoción comercializable, la cual no tiene absolutamente nada que ver con las características físicas del producto.

*Adolfo Domínguez*, todos sabemos que un traje tiene como principal función satisfacer la necesidad de vestido y de presentación de quien lo compra. Sin embargo, una persona que decide gastar una importante cantidad de dinero en un Arman compra “en realidad” una serie de beneficios adicionales como el estatus y la exclusividad.

Las marcas tienen una personalidad propia que las hace diferentes al resto. La personalidad se expresa en términos de sexo, edad, clase socioeconómica, así como en sentimientos de simpatía, calor humano, etc. *Marlboro* es una marca masculina; *Evax*, femenina; *Rolex*, es sofisticado y *Pastas Gallo*, son de siempre.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

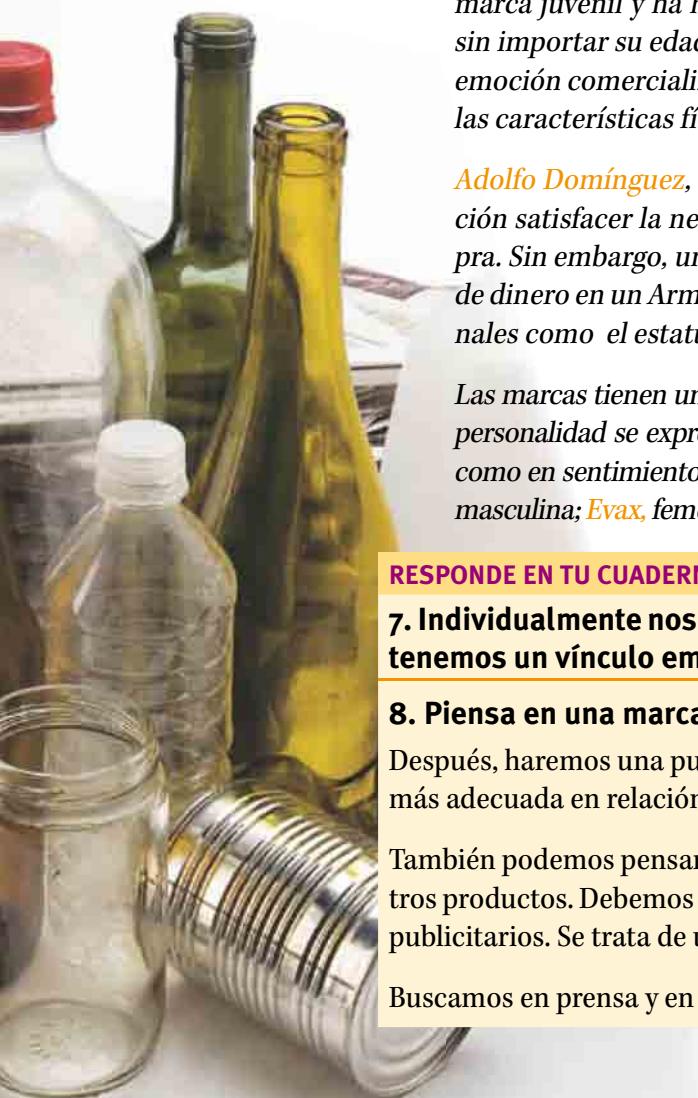
**7. Individualmente nos tomaremos unos minutos para pensar con qué marcas tenemos un vínculo emocional:**

**8. Piensa en una marca para nuestros productos y explica tu elección:**

Después, haremos una puesta en común y, entre todos/as, elegiremos aquella que sea más adecuada en relación con la imagen que queremos dar.

También podemos pensar en la conveniencia o no de pensar en un eslogan para nuestros productos. Debemos tener presente que suele aparecer en la mayoría de formatos publicitarios. Se trata de una frase corta que resume el mensaje publicitario.

Buscamos en prensa y en internet ejemplos de eslogan.





### 3.3. NECESITAMOS UN LOGO



El logotipo o nombre es quizá lo más importante porque, al final, es por lo que la empresa va a ser reconocida y diferenciada. Cuando se diseña un logotipo hay que tener en cuenta la imagen, el nombre y el color.

Antes de pensar en un logotipo para nuestra empresa, vamos a intentar recordar logotipos de empresas que nos gusten, aquí te mostramos algunos:

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**9. Diseña uno o varios logotipos para la empresa. La creatividad es importante. No importa que tengáis que repetirlo algunas veces, la labor creativa es así. Ten siempre presente el nombre elegido para la empresa.**

Podemos ver más logotipos en:

[www.juntadeandalucia.es/averroes/cultura\\_emprendedora](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/cultura_emprendedora) (han sido diseñados por estudiantes andaluces)

### 3.4. EL ENVASE

Sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o venta.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**10. ¿Cuáles son, en vuestra opinión, las características que debe reunir un buen envase?**

Con ayuda de los compañeros del departamento de producción haremos varios diseños del envase y elegiremos, entre todos/as, uno de ellos para nuestro producto.

Muchos productos tienen una presentación tan original y diferente que su propia presentación se convierte en un reclamo de venta. Es el caso de la botella de Coca Cola o las exclusivas botellas de Freixenet.



### 3.5. EL EMBALAJE

Módulo que agrupa varios envases colectivos para su transporte, almacenaje y más económica distribución a través de los canales de distribución.

*Ejemplo: El embalaje es un tema de gran importancia. En China y en otros mercados orientales se compran los productos de importación más por su embalaje que por su contenido.*

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**11. Si tuviéramos que transportar nuestros productos ¿Cuál sería el embalaje más adecuado?: Podemos investigar en internet acerca de diferentes tipos de embalaje.**

### 3.6. LA ETIQUETA

Es la parte del producto que lleva impresa la marca y contiene información escrita acerca de las características del producto y de la empresa fabricante. Al igual que con los elementos anteriores, debe de ser atractiva y agradable, para que el consumidor logre identificarla y recordarla.

*Por ejemplo, muchos de los envases de tomate frito son los mismos, es decir, latas cónicas de 200 o 500 grs. El color de la lata es el mismo para todos, un color metálico. El elemento que marca las diferencias en este caso es la etiqueta.*

La etiqueta juega un papel esencial a la hora de la elección del producto y además cumple una segunda función: da información del producto, características, restricciones, composición, fecha de caducidad, fabricante, etc. y es el soporte de muchas de las promociones relacionadas con el producto.





Todo lo que debe aparecer está regulado por ley.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 12. Busca las etiquetas de diferentes productos y analiza su contenido.

- Contenido. Producto 1: Producto 2:
- Clase de producto. Producto 1: Producto 2:
- Instrucciones de conservación. Producto 1: Producto 2:
- Instrucciones de uso. Producto 1: Producto 2:
- Fecha de caducidad. Producto 1: Producto 2:
- Precio. Producto 1: Producto 2:
- Marca. Producto 1: Producto 2:
- Peso o volumen. Producto 1: Producto 2:
- Nombre y dirección de la empresa. Producto 1: Producto 2:

##### 13. Pensad en los productos que va a comercializar vuestra empresa y diseñar una etiqueta para su venta. ¿Qué información útil debe incluir?

#### 4. PRECIO: ¿CUÁNTO VALEN NUESTROS PRODUCTOS?

Esta tarea se realiza conjuntamente con el departamento de producción.

El precio es la cantidad de dinero que un consumidor/a paga por adquirir un bien o un servicio. Antes de fijar el precio, habrá que tener en cuenta el coste de fabricación unitario (es decir, el coste de fabricar un solo artículo).

Una vez que sabemos lo que nos cuesta fabricar cada producto, vamos a pensar en el beneficio que queremos obtener.

$$\text{COSTE DE FABRICACIÓN} + \text{BENEFICIO} = \text{PVP}$$

PVP o Precio de venta al público.

A la hora de determinar el precio, debemos tener en cuenta, además del coste de fabricación, los resultados de la investigación de mercado (precio que el consumidor está dispuesto a pagar) y los precios de la competencia.

No debemos olvidar que la decisión del precio es una de las más importantes que tenemos que tomar porque va a determinar la cifra de ingresos y, por lo tanto, los beneficios



de la empresa. Una mala decisión sobre el precio puede llevar a la empresa a una situación de pérdida. Influye de forma importante en el éxito del producto.

Pensad que fijar un precio alto puede no ser una buena idea ya que no siempre se traduce en mayores beneficios. Los precios altos pueden aplicarse si el producto o servicio es único o está bien registrado, es difícil de fabricar o el mercado es pequeño para atraer a la competencia.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**14. Entre todos/as, fijamos el precio más adecuado para nuestros productos o servicios. Esta actividad se realizará conjuntamente con nuestros compañeros/as del departamento de producción.**

### 5. DISTRIBUCIÓN: ¿CÓMO VAMOS A DISTRIBUIR NUESTRO PRODUCTO?

La distribución se refiere al conjunto de operaciones y actividades que realiza una empresa para llevar los productos a los consumidores finales.

Para determinar esta variable del Marketing-mix, tendremos en cuenta los resultados de la investigación de mercados realizada.

#### Canales de distribución:

¶ Los principales tipos de intermediarios son los **minoristas**, que venden directamente al consumidor y los **mayoristas**, que venden a otros minoristas.

¶ En ocasiones, no existen intermediarios, es el fabricante el que vende directamente al consumidor.

Muchas veces se ha pensado que eliminando los intermediarios se conseguiría reducir costes. En ocasiones, se pueden suprimir los intermediarios en los canales, pero con esto no siempre se logra disminuir los costes porque las funciones que éstos llevan a cabo deben realizarse, y si los eliminamos, otro deberá hacerlas.

**¿Cuáles son las funciones desarrolladas por los intermediarios que hacen que sean tan importantes?**

- 1 Almacenan el producto, lo transportan y lo entregan.
- 2 Crean surtido.
- 3 Realizan actividades de marketing.
- 4 Asumen riesgos.
- 5 Financian el proceso.



Aquí tienes algunas formas de llegar al consumidor final sin gastar mucho.

Con cierta dosis de creatividad, seguro que se os ocurren más:

■ **Mercados, ferias y exposiciones.** Se pueden alquilar espacios en mercados o ferias por un costo realmente bajo. Solamente se requiere montar un stand atractivo, que llame la atención y listo, ya tenemos un negocio. Debemos asegurarnos de tener folletos, tarjetas de presentación a la mano, de manera que las personas que visiten nuestro stand puedan contactar con nosotros/as después.

Nosotros/as para empezar podemos montar un stand en el centro educativo y además, en fechas determinadas pedir permiso al ayuntamiento para ubicarlo en algún sitio céntrico de la ciudad.

■ **Alquilar un espacio en un negocio establecido.** Podemos hablar con el propietario del negocio directamente y alquilarle un espacio de su establecimiento, ofreciendo pagar una renta mensual o una pequeña comisión sobre la venta de productos. Prácticamente cualquier dueño de negocio aceptará tener un ingreso extra por un espacio que ya tenía.

■ **Nuestro propio sitio web.** Es una buena opción ya que no cuesta casi nada tener una tienda en línea. Se puede vender a nivel local, nacional o incluso internacional dependiendo del producto que estemos comercializando.

■ **Demostraciones.** Este tipo de venta es muy popular, principalmente con las amas de casa, ya que invitan a sus amistades y familiares a cambio de regalos para ellas. De estas demostraciones normalmente salen buenas ventas y la oportunidad de conseguir más demostraciones.

■ **Catálogo de productos.** Se puede hacer en formato papel y/o otros formatos. Dar a conocer nuestro catálogo de productos en internet abre una ventana de comunicación de nuestra empresa hacia los nuevos mercados.



### ¿Cómo confeccionar un catálogo con nuestros productos y servicios?

El catálogo de productos es muy útil ya que tiene como finalidad que el cliente conozca cuáles son nuestros artículos o servicios sin tenerlos delante.

Antes de diseñar nuestro catálogo, observaremos con atención los catálogos de otras empresas. ¿Qué información incluyen de cada producto o servicio? ¿Cómo es su diseño? ¿Aparecen los precios? ¿Aparecen las ofertas? ¿Qué tipo de diseño nos gusta más?

Esta investigación previa nos ayudará a tener una idea del tipo de catálogo que queremos:

- Tamaño (número de páginas).
- Fotografías.
- Colores que utilizaremos.
- Información de cada producto.

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>LOGOTIPO</b>
<b>FOTOGRAFÍA PRODUCTO 1</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO. PRECIO</b>

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**15. Diseñamos nuestro propio catálogo. Debemos tener en cuenta que sea manejable y atractivo.**

## 6. PUBLICIDAD

Atendiendo al medio vamos a diferenciar 4 tipos de publicidad:

- **Publicidad impresa:** Periódicos y revistas.
- **Publicidad audiovisual:** Radio y televisión
- **Publicidad exterior:** Publicidad al aire libre (vallas, marquesinas, medios de transporte....)
- **Publicidad por correo directo:** La que se envía por correo ordinario.
- **Publicidad on line:** Banners, webs, blogs...





Tradicionalmente el boca a boca ha sido una excelente y efectiva forma de hacer publicidad.

¿Por qué algunas compañías tienen éxito con su publicidad y otras no? Se ha demostrado una y otra vez que independientemente del tamaño del negocio, la clave para garantizar la publicidad es identificar un mercado objetivo y desarrollar una campaña de publicidad bien planificada.

## 6.1. NUESTRO PLAN DE LANZAMIENTOS, DÁNDONOS A CONOCER

No hay una fórmula infalible para lanzar nuestro negocio, los expertos dicen que cada situación es única. Hay muchos métodos y técnicas, todo depende del tipo de empresa y del tipo de público al que nos vamos a dirigir.

Como en cualquier otro aspecto de nuestra empresa, no hay misterio en el marketing. Si hemos investigado, analizado y estudiado a nuestros clientes potenciales, debemos ya tener claro a quién vamos a tratar de venderle nuestros productos.

*Ahora, sólo tenemos que pensar qué animará a una persona a adquirir nuestros artículos, qué deben ver o leer para comprarlos.*

Es necesario empezar comunicando que nuestra empresa existe, los productos o servicios que ofrecemos, donde pueden adquirirse y una idea de los precios.

### Comenzamos por nuestros contactos

Recuerda que cuando realizamos la investigación preliminar contactamos con posibles clientes, es el momento de que nos dirijamos a ellos. Además, vamos a pensar en todas aquellas personas o empresas que conozcamos que puedan estar interesadas en nuestro producto o servicio. Poco a poco, nos iremos haciendo con una gran base de datos.

**¡Haciendo contactos!.** Nos vamos a marcar el objetivo de conocer a cinco o más personas en cada evento al que asistamos (reuniones, fiestas, almuerzos, exposiciones....). Debemos llevar siempre tarjetas de presentación a cualquier parte que vayamos, uno/a nunca sabe cuando puede conocer a un contacto clave.

Saber hacer contactos es una habilidad crucial que cualquier emprendedor/a debe poseer, para ello te damos unos consejos:

 Habla con tanta gente como sea posible y sé generoso/a con la información.

 Trata de que la gente con la que hablemos, se sienta cómoda.

 Nuestra actitud debe ser siempre la de ayudar ya que si hacemos un esfuerzo por ayudar a otros/as, habrá otros/as que nos ayuden a nosotros/as.

Después de nuestros contactos, tenemos que pensar cómo llegar al resto de la población.

#### Diferentes formas de darnos a conocer a nuestros futuros clientes:

Al principio, es mejor no gastar mucho dinero en la elaboración de folletos o cualquier otra forma permanente de comunicación ya que no nos dará flexibilidad a la hora de cambiar alguno de los aspectos de nuestro negocio. Una buena idea puede ser enviar una carta escrita personal que recoja los beneficios de adquirir nuestros artículos, las necesidades que cubrimos y, sobre todo, los aspectos que nos diferencian de la competencia.

**Anuncios.** Cuando nos anunciamos, pagamos para que nuestro mensaje sea publicado en un periódico, en la televisión o en la radio. Hay algunos medios que nos permiten anunciarnos gratis.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**16. Redactaremos nuestro propio anuncio y lo incluiremos un periódico local o en periódicos digitales. Para ello, primero haremos una labor de investigación y veremos cómo se anuncian las empresas de la competencia.**

• **Artículos en revistas y periódicos.** Tiene más credibilidad que los anuncios. Los lectores piensan que si un tercero (la revista o el periódico) está presentando nuestra empresa es que estamos haciendo algo importante.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**17. Vamos a hacer una lista de medios de comunicación que queremos alcanzar, seguidamente vamos a llamar por teléfono a cada uno de ellos y nos vamos a informar sobre quién es el periodista o la persona de contacto encargada de la sección donde queremos incluir nuestro artículo. Recogemos la información en la siguiente tabla:**

Medios de comunicación	Teléfono	Persona de contacto
------------------------	----------	---------------------

Pensamos en periodistas relevantes que puedan influir en la manera de pensar de nuestro público objetivo. Si lo consideramos oportuno, nos dirigiremos a ellos de forma personal.

Es interesante tratar que nos hagan no sólo una nota de prensa sino también entrevis- tas en medios escritos, radiofónicos y audiovisuales.

Es aconsejable también hacer un directorio de correos electrónicos, tanto de empresa, prensa y posibles clientes.



Cada tipo de empresa debe diseñar su plan específico de comunicación.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**18. A continuación vamos a pensar cuál debe ser el enfoque de nuestro artículo o entrevista, así cuando hablemos con el periodista lo tendremos más claro:**

1. Podemos empezar con una pregunta o hecho interesante que relacione nuestro negocio con la audiencia meta del medio de comunicación.

*Por ejemplo: Si escribiéramos a una revista dirigida a padres y madres, podría comenzar con: ¿Sabía usted que la mayoría de los niños y niñas no siguen hoy en día una dieta equilibrada?*

2. Continuaremos el relato con la esencia de nuestra historia, incluyendo por qué es interesante y única pero sin exagerar. Incluiremos algunos detalles (qué, cuándo, dónde y cómo).

3. Por último, añadiremos los datos de contacto.

4. Una vez redactado, nos tomaremos tiempo para releerlo y ver si necesita ser mejorado.

**Asistir como invitados/as a un programa de radio o televisión.** Comenzar por asegurarnos de que conocéis bien el negocio. Si os presentáis como expertos/as, mucha gente querrá contactar con vosotros/as.

**Fiesta de inauguración.** Crearemos emoción respecto a la fiesta. Nuestro mensaje debe ser “somos los/las mejores” “nuestro producto o servicio es el mejor”. Nuestra fiesta debe ser original.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**19. Prepararemos una fiesta de inauguración en el centro educativo. Invitaremos a todos los contactos, haremos que no olviden esta celebración. Tendremos en cuenta lo aprendido para conseguir todo un éxito.**

Entre todos/as pensaremos en ideas creativas para hacer que nuestra fiesta sea poco usual y divertida y, sobre todo, que cumpla el objetivo de dar a conocer nuestro negocio:

*Podemos preparar una mesa con un libro de visitas donde los invitados escriban sus impresiones, será una buena forma de valorar la presentación, obtener apoyos y seguro ampliar los contactos.*

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**20. Diseñar un cartel para colocarlo en un lugar visible de vuestro centro educativo donde aparezca el nombre de vuestra empresa así como los productos o servicios que comercializáis. ¡Debéis ser creativo/as!**

No os olvidéis de incluir en la parte inferior el lugar de la venta, el teléfono y las personas de contacto.

## 7. DISEÑO DEL PUNTO DE VENTA

Dentro de la mercadotecnia se emplean un conjunto de técnicas que se aplican en el punto de venta para motivar el acto de compra de la manera más rentable, tanto para el fabricante como para el distribuidor, satisfaciendo al mismo tiempo las necesidades del consumidor, es cada vez más primordial. De hecho, está comprobada la influencia que tiene en la venta que el producto esté colocado en uno u otro espacio. Si el producto no está colocado en el lugar correcto sus ventas pueden disminuir notablemente.

*Para vender “antes hay que enseñar”, y cuanto mejor mostremos nuestros productos, más vendremos.*

El punto de venta es un factor clave para nuestra clientela, no sólo por el impacto visual que produce sino porque va a actuar como tarjeta de presentación de nuestra empresa.

El espacio es el recurso más caro que cualquier establecimiento posee. Por ello, es necesario rentabilizar al máximo cada metro cuadrado, mediante una distribución adecuada de todas las zonas o secciones.

No existe un estándar de distribución que sea válido para todas las tiendas o puntos de venta, por lo tanto os vamos a dar unas **reglas o criterios de carácter general:**

■ Exponer el mayor número de artículos posible a la vista y al alcance del comprador.

■ No todos los artículos tienen el mismo valor de “atracción” para los clientes. Podéis ubicar este tipo de productos en lugares no cercanos entre sí, de forma que ayuden a que nuestros clientes puedan recorrer de forma visual la mayor parte de la superficie del punto de venta.

■ Los clientes desean encontrar próximos entre sí los productos que corresponden a una misma necesidad, por ello las secciones deben guardar un orden lógico y racional que facilite la orientación y la compra de los clientes.



La distribución de las secciones debe estar basada en la complementariedad entre ellas: productos perecederos (fruta, pasteles, bocadillos...), textil (caballero, niños...), perfumería (geles, champú,...), decoración (velas, cerámica..), etc.

■ El mobiliario elegido debe ser resistente y cómodo para la colocación y presentación de los productos.

■ Los rótulos: Deben estar bien realizados y colocados para cumplir su cometido, esto es, atraer y ayudar a localizar un establecimiento, una sección.....

#### Sugerencias para la ambientación de vuestro punto de venta:

■ **Ambientación sonora:** Música, mensajes publicitarios por megafonía.....

■ **Ambientación visual:** Creación de zonas especialmente iluminadas para la presentación destacada de un producto, decorados, carteles, utilización de medios audiovisuales (vídeos, diapositivas, películas,...), exposiciones de objetos, cuadros, fotografías sobre objetos relacionados con el motivo de la animación.....

■ **Ambientación táctil:** Montaje de stands con posibilidad de manipular ciertos productos: juguetes, ...

■ **Ambientación gustativa:** Posibilidad de degustar ciertos productos.

■ **Ambientación olfativa:** Pueden esparcirse olores artificiales (olor a comida, olor a nuevo..)



#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**21. Antes de diseñar nuestro punto de venta, visitaremos la parte comercial de nuestra ciudad o pueblo e iremos tomando nota de los escaparates que más nos llamen la atención. Podemos llevar una cámara de fotos y fotografiar todo aquello que pueda ser una fuente de inspiración.**

**22. Diseñamos nuestro stand o punto de venta. Con un poco de ingenio cualquier tela, material u objeto puede ser muy decorativo y atraer la atención de nuestros futuros compradores. Jugaremos con los colores para conseguir el efecto deseado.**

Una caja de herramientas nos resultará de gran utilidad: cinta aislante, clavos, tornillos, tenazas, destornillador, grapadora, cinta métrica... Es imprescindible una mesa o tablero en el cual tengamos lápices, pinceles, rotuladores, pinturas, reglas....

No seáis tímidos/as a la hora de pedir ayuda si hay algo que no sabéis hacer. Siempre habrá alguien cerca dispuesto/a a echaros una mano.

### Pensando en un plan

*Consejo: El éxito de cualquiera de las actividades de marketing empresarial recogidas en esta unidad va a depender de una buena planificación. Por ello, nos vendrá bien tener un calendario de trabajo que recoja fechas (cronograma) y los nombres de las personas y las diferentes tareas que van a realizar. Es aconsejable nombrar un coordinador/a.*

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 23. Plan de trabajo. Recoge en una tabla.

Fecha	Tarea a realizar	Persona encargada

# GLOSARIO

- **DETALLISTA:** también se les llama minoristas. Se encuentran al final de la cadena de suministro y vende sus artículos al consumidor final, normalmente en una tienda.
- **CANAL DE DISTRIBUCIÓN:** representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales será la siguiente:

## RECORRIDO

1. **DIRECTO:** Fabricante -----> Consumidor
2. **CORTO:** Fabricante -----> Detallista -> Consumidor
3. **LARGO:** Fabricante -----> mayorista -> Detallista -> Consumidor
4. **DOBLE:** Fabricante ->---gente exclusivo -> Mayorista -> Detallista -> Consumidor

- **MARKETING:** las definiciones dadas por los autores más reconocidos:

- \* «Marketing es un proceso social por el que los individuos y los grupos obtienen lo que ellos necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y su valoración con otros». (P. KOTLER).
- \* «Marketing es el proceso de planificar y realizar las variables precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfacen los objetivos particulares y de las organizaciones». (Asociación Americana de Marketing, AMA).
- \* «El marketing tiene como objetivo el conocer y comprender tan bien al consumidor que el producto se ajuste perfectamente a sus necesidades». (P. DRUCKER).
- \* «Marketing es la acción de conjunto de la empresa, dirigida hacia el cliente con el objetivo de una rentabilidad». (GOLDMANN).
- \* «Marketing es aquel conjunto de actividades técnicas y humanas que trata de dar respuestas satisfactorias a las demandas del mercado». (R. MUÑIZ)

Los conceptos de marketing, mercadotecnia, mercadeo y comercialización se utilizan como sinónimos. Sin embargo el término marketing es el que más se utiliza y es el más extendido.

- **MAYORISTA:** es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa no se pone en contacto directo con sus consumidores, sino que entrega esta tarea a un especialista.

- MERCANDISING: material promocional sobre el que se puede aplicar la imagen corporativa.
- PROMOCIÓN DE VENTAS: cubre una amplia variedad de incentivos para el corto plazo - cupones, premios, concursos, descuentos- cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía.
- PUBLICIDAD: la publicidad es una técnica del marketing mix cuyo objetivo fundamental es crear imagen de marca, recordar, informar o persuadir al público para mantener o incrementar las ventas de los bienes o servicios ofertados

## BIBLIOGRAFÍA

- ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA. G.M. Salvador Miquel Peris, *Editorial McGraw-Hill*.
- FUNDAMENTOS DE MARKETING. Jobber, David & Fahy, John, *Editorial McGraw-Hill*.
- ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PEQUEÑA EMPRESA. GRADO MEDIO. Alonso Sánchez, Araceli; Gándara Martínez, Javier; & Salinas Sánchez, José Manuel, *Editorial McGraw-Hill*.

## WEBGRAFÍA

- Versión digital del libro “marketing en el siglo XXI”  
<http://www.marketing-xxi.com/>
- MERCADOTECNIA | Portal de Mercadotecnia  
[www.promonegocios.net/](http://www.promonegocios.net/)



UNIDAD DIDÁCTICA 8:

## administrando nuestro dinero



## Administrando nuestro dinero

El objetivo de esta unidad es dotar a las personas emprendedoras de los instrumentos y conceptos más relevantes para administrar adecuadamente sus empresas: presupuestos y planes de viabilidad.

### 1. ADMINISTRANDO NUESTRO DINERO

La independencia financiera es una de las principales razones por la que muchas personas inician un negocio. Tener el control de nuestro dinero es una de las mejores experiencias que podemos tener.

Convertirse en emprendedor/a en un país como el nuestro está al alcance de cualquiera.

No podemos olvidar que todavía en muchos países las condiciones sociales y culturales no permiten a mucha gente, y sobre todo a las mujeres, esta posibilidad. De hecho, lamentablemente las mujeres en algunas partes del mundo aún son consideradas una posesión de sus maridos o padres, pero incluso, en estos países, existen historias increíbles de emprendedoras que, usando las ventajas que ofrecen los microcréditos, inician negocios que permiten cubrir las necesidades de sus familias casi siempre en situaciones muy desfavorables. Estas mujeres no tienen capacidad para elegir si se convierten o no en emprendedoras simplemente saben que no tienen otra opción para sobrevivir.

Nosotros/as afortunadamente, tenemos circunstancias más favorables.



Es importante recordar que financiar un negocio no debe ser un misterio. La reglas básicas son:

- 1 Tener acceso a una cantidad de dinero suficiente para iniciar el negocio sin quedar excesivamente endeudados.
- 2 El dinero que ingresemos debe cubrir el dinero que gastemos.

### 1.1. EL VALOR DEL DINERO

Muchos de nosotros/as nos sentimos bloqueados cuando hablamos de dinero. Antes de centrarnos en aspectos prácticos financieros, vamos a echar un vistazo a nuestra actitud frente al dinero. Para ello, es interesante que intentemos dar una respuesta a los siguientes interrogantes:

- 1 ¿Habéis sido exagerados o austeros?
- 2 ¿Os divertís arriesgando?
- 3 ¿Habéis tenido alguna experiencia donde hayáis perdido dinero por agradar a otros, o por pereza a la hora de gestionarlo, o bien por temor o por confiar en la gente equivocada...

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 1. Descubriendo tu patrón de conducta respecto al dinero:

Piensa durante un tiempo en situaciones en las cuales has tenido que pedir una cantidad de dinero que de alguna manera merecías o te habías ganado. Quizás cuando buscabas una subida de salario en el trabajo, cuando habías prestado dinero y querías que te lo devolvieran o cuando un futuro empresario o cliente te preguntaba cuánto te gustaría que te pagaran por realizar alguna tarea... ¿Fue fácil para ti llegar a un acuerdo respecto a una cantidad justa o te resultó incómodo hablar de ello? ¿Eres consciente de que puedes tener problemas para pedir aquello que te corresponde?

Escribe en tu cuaderno de actividades (incluso aquéllas que puedan haber sido incómodas o dolorosas) que hayas tenido cuando pedías dinero.

Sea cuál sea nuestra actitud respecto al dinero, es esencial ser consciente de ello antes de comenzar una actividad empresarial. Si no tenemos una actitud segura y sana que nos permita negociar en cada momento la cantidad de dinero justa, debemos trabajar sobre ese aspecto de nuestra postura.





Para ser buenas personas emprendedoras es importante que empecemos a estimarnos y a valorar vuestro trabajo y vuestro tiempo.

### **1.2. ¿DÓNDE PUEDE ESTAR EL DINERO QUE NECESITAMOS PARA NUESTRA EMPRESA?**

Seguro que hemos tenido ideas geniales y originales acerca de nuevos negocios y siempre nos desanimamos cuando pensamos en el capital inicial para ponerlo en marcha. La forma de financiar estas ideas será diferente en cada caso y dependerá de la cantidad que necesitemos.

La financiación con fondos propios es la más utilizada por la mayoría de pequeños empresarios/as. Si pedimos un préstamo, el banco querrá saber cuánto dinero propio vamos a aportar. Es conveniente pensar que si no tenemos demasiada fe en nuestro negocio para arriesgar parte de nuestro dinero ¿por qué debería arriesgarlo otra persona u otra entidad? . Nuestra propia confianza es fundamental.

Podemos comenzar realizando un inventario minucioso de nuestros activos. Es probable que nos llevemos alguna que otra sorpresa. Entre ellos, incluiremos cuentas de ahorro, vehículos, propiedades, herramientas, colecciones, libros, pequeños electrodomésticos... Podemos decidirnos por vender algunos de estos bienes para tener dinero en efectivo o bien para utilizarlos como garantía a la hora de pedir un préstamo.

Los fondos propios pueden no ser suficientes para obtener el capital que necesitamos. La mayoría de los negocios se inician con dinero proveniente de cuatro o cinco fuentes distintas. La segunda fuente más común se compone de amigos, familiares y socios dispuestos a confiar en nosotros/as.

La tercera opción más utilizada es la obtención de un préstamo de un banco. Si somos dueños de una casa, podemos barajar la opción de obtener un préstamo hipotecario sobre el capital que ya hemos pagado. Los bancos nos informarán de las diferentes formas de financiación a las que podemos optar.



### **1.3. ¿CUÁNTO DINERO NECESITAMOS? ELABORANDO UN PRESUPUESTO**

No importa cuál sea la finalidad de nuestra empresa (fines lucrativos, sociales...), todos los asuntos económicos deben estar perfectamente pensados y organizados.

Es muy importante que antes de considerar la inversión inicial de la empresa, hagamos una estimación de nuestros gastos personales. Vamos a empezar por calcular nuestro presupuesto personal (hipoteca, comida, transporte, ropa...)

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****2. Mi presupuesto personal ¿Cuánto dinero necesito mensualmente?.****Escribe la suma aproximada que necesitas en cada categoría:**

1. Alquiler/hipoteca:
2. Mantenimiento del hogar: teléfono, luz, agua, comunidad:
3. Impuestos:
4. Alimentación:
5. Ropa:
6. Actividades culturales y viajes:
7. Librería e internet:
8. Ocio:
9. Transporte/coche:
10. Dentista/médicos, farmacia:
11. Estudios y otros gastos de los hijos/as:
12. Otros:

Añade un 10% para emergencias o imprevistos y multiplícalo por 12 meses para obtener el total.

TOTAL:

Puedes incluir un salario que cubra tus gastos personales como una parte de tus gastos de inicio del negocio.

Mucha gente comienza un negocio sin dejar el trabajo (media jornada o a tiempo completo) que tiene por cuenta ajena. Al principio, es más que recomendable compaginar, en la medida de lo posible, ambas actividades y sólo una vez que veamos la viabilidad de nuestro negocio, estaremos en un buen momento para dejar nuestro actual trabajo.

**2. HACIENDO PLANES Y PREVISIONES**

Una vez que tenemos claro qué cantidad necesitamos para poder hacer frente a nuestra vida diaria, debemos:



- 1 En primer lugar, calcular la suma de dinero que necesitamos para iniciar el negocio (Plan de inversiones).
- 2 En segundo lugar, estimar los costes que vamos a tener cada mes (Presupuesto mensual).
- 3 En tercer lugar, decidir cuáles van a ser nuestras fuentes de financiación. (Plan financiero).
- 4 En cuarto lugar, pensar en cuándo y cómo esperamos ingresar el dinero suficiente para cubrir costes (Previsión de ingresos).

## 2.1. PLAN DE INVERSIONES

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

3. Preparando el presupuesto de la empresa: Plan de inversiones y presupuesto mensual.

• PLAN DE INVERSIONES

INVERSIONES/COSTE APROXIMADO

Locales y oficinas:

Maquinaria y herramientas:

Instalaciones:

Elementos de transporte:

Equipos informáticos:

Mobiliario de oficina:

Existencias (stock inicial):

Depósitos y fianzas:

Aplicaciones informáticas:

Derechos de traspaso:

Patentes y marcas:

Otros:

TOTAL:



Lógicamente debemos cuantificar y llenar aquéllos epígrafes que procedan.

Para calcular el capital inicial, debemos estimar también los gastos de constitución y de primer establecimiento. Entre los primeros, ese encuentran los gastos de notario, registros... y en los segundos: estudios técnicos, posible estudio de mercado, etc.

## 2.2. PRESUPUESTO MENSUAL

Vamos a intentar no dejar pasar por alto ningún gasto para que apenas haya desviaciones y nuestro presupuesto sea lo más real posible. Es el momento de pensar en conceptos como mensajería, taxis, publicidad, viajes, fotocopias, bibliografía.... es decir, todo aquello que hayamos podido olvidar, también serán necesarios los servicios especializados: abogado, de un asesor fiscal, contable, etc. Añadiremos estos costes a nuestro presupuesto.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 4. Elaboramos nuestro presupuesto mensual

- PRESUPUESTO MENSUAL

##### COSTES FIJOS:

Sueldos:

Alquiler del local:

Aqua, luz, gas, teléfono:

Material de oficina:

Seguros:

Gastos financieros de los préstamos:

Tributos (impuestos, tasas y contribuciones especiales):

Otros:

##### COSTES VARIABLES (VARÍAN EN FUNCIÓN

##### DEL NIVEL DE ACTIVIDAD)

Consumo de materias primas y de mercaderías:

Comisiones comerciales:

Gastos de transporte, envases, embalaje:

Otros:

**TOTAL (costes fijos+costes variables):**



## 2.3. PLAN FINANCIERO

Una vez que hemos calculado la cantidad total que necesitamos, elaboraremos nuestro plan financiero

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 5. Elaboramos nuestro plan financiero

- PLAN FINANCIERO

#### FINANCIACIÓN/ IMPORTE

##### Capital propio:

##### Capital ajeno:

- Préstamos a corto plazo:
- Préstamos a largo plazo:

##### Subvenciones:

##### Otras fuentes de financiación:

Algunos consejos para ahorrar dinero:

- 1 Asesorarnos sobre posibles subvenciones.
- 2 Contar con estudiantes en prácticas.
- 3 Establecer nuestra sede en un vivero de empresas.
- 4 Estudiar las posibles ventajas de asociarnos a otros empresarios/as del sector para obtener rappel en nuestras compras.
- 5 Estudiar la posibilidad de adquirir maquinaria, herramientas, mobiliario... de segunda mano.

## 2.4. PREVISIONES DE VENTAS

Su elaboración debe ser cuidadosa y detallada ya que está en juego nuestra credibilidad como futuros emprendedores/as.



El desarrollo de las previsiones de ventas requiere determinar:

- 1** El producto o servicio que vamos a ofrecer.
- 2** El segmento de mercado al que nos dirigimos.
- 3** La competencia con que contamos.
- 4** La estrategia de precios que vamos a seguir.
- 5** Los medios que vamos a utilizar para dar a conocer nuestro producto o servicio.
- 6** El canal o canales que son más idóneos para llegar a nuestro público objetivo.

Es necesario pensar en el volumen de ventas que se va a alcanzar en los tres o cinco primeros años.

Para la elaboración del plan de ventas nos puede resultar muy útil investigar otras empresas similares.





### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 6. Nuestros planes de ventas

- PLAN DE VENTAS DEL PRIMER AÑO

Meses	Producto o servicio 1	Producto o servicio 2	Producto o servicio 3	Producto o servicio 4	Producto o servicio 5
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
TOTALES					

- PLAN DE VENTAS DE LOS CINCO PRIMEROS AÑOS

Año	Producto o servicio 1	Producto o servicio 2	Producto o servicio 3	Producto o servicio 4	Producto o servicio 5
1					
2					
3					
4					
5					
TOTAL					

#### 2.5. CUENTA DE RESULTADOS

**Ingresos por ventas - costes = Beneficios**

Una vez definidas todas las previsiones y planes, podemos analizar la viabilidad de nuestro proyecto empresarial.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 7. Nuestras cuentas de resultados

- CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS PARA EL PRIMER AÑO

INGRESOS	IMPORTE	GASTOS	IMPORTE
Ingresos previstos		Compra de mercaderías	
		Sueldos y salarios	
		Seguridad Social	
		Arrendamientos	
		Suministros	
		Gastos financieros	
		Otros gastos	
TOTAL		TOTAL	

La viabilidad del proyecto requiere el cumplimiento de las siguientes **condiciones**:

- 1 Las inversiones deben ser cubiertas por la financiación.
- 2 Los resultados previstos tienen que ser positivos y suficientes.
- 3 La liquidez prevista tiene que ser positiva cada año.

La viabilidad del proyecto es parte fundamental del éxito del mismo:

**Viabilidad técnica:** Consiste en demostrar que se puede hacer lo que se quiere hacer. Se evalúa una idea para determinar si es posible llevarla a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible, verificando factores diversos como su durabilidad, operatividad, implicaciones energéticas, mecanismos de control, etc. según el campo del que se trate.

**Viabilidad económica:** Cuando el proyecto es capaz de generar beneficios y lograr una rentabilidad.

**Viabilidad financiera:** Cuando el proyecto no plantea problemas de liquidez o tesorería





**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**8. MUY IMPORTANTE.**

**Es el momento de valorar si nuestra idea de empresa es viable o no:**

	SI	NO
• VIABILIDAD		
• TÉCNICA		
• ECONÓMICA		
• FINANCIERA		



## GLOSARIO

- **ACTIVO:** conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad. Término contable-financiero con el que se denomina al conjunto de recursos económicos con los que cuenta una persona, sociedad, corporación, entidad, empresa o cualquier organización económica.
- **AMORTIZACIÓN:** recoge el consumo de los bienes durante cada período anual y es un gasto más para la empresa aunque no suponga ningún pago más pues éste se hizo cuando se adquirió el bien. La forma más sencilla para calcular las amortizaciones de los bienes consiste en dividir sus costes de adquisición entre el número de años de su vida útil.
- **EJEMPLO:** si un bien costó 300 euros y su vida útil estimada es de 6 años, se amortizará cada año 50 euros ( $300 \text{ euros} / 6 \text{ años} = 50 \text{ euros}$ )
- **COSTE:** es el consumo valorado en dinero de bienes y servicios que necesita la empresa para fabricar un producto.
- **CUENTA DE RESULTADOS:** representa el beneficio contable de la empresa, que se obtiene por comparación de los ingresos generados en un periodo de tiempo con los gastos realizados.
- **DESVIACIONES:** es la diferencia que surge entre la cantidad presupuestada y la cantidad que finalmente resulta.
- **GASTO:** las empresas –industrial, comercial o de servicios– para poder desarrollar su actividad deben adquirir ciertos bienes y servicios como son: mano de obra, energía eléctrica, teléfono, etc.  
La empresa realiza un gasto cuando percibe alguno de estos bienes o servicios; cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores; cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc.  
El hecho de que la entidad utilice ciertos productos o servicios le obliga a pagarlos. Ahora bien, el pago de éstos se produce en la fecha en la que sale dinero de tesorería. Por ello, es importante distinguir los conceptos de gasto y de pago.
- **INVERSIÓN:** consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa

- 
- **LIQUIDEZ:** grado de disponibilidad con la que los diferentes activos pueden convertirse en dinero
  - **PATENTE:** es un conjunto de derechos exclusivos garantizados por un gobierno o autoridad al inventor de un nuevo producto (material o inmaterial) susceptible de ser explotado industrialmente para el bien del solicitante de dicha invención (como representante por ejemplo) durante un espacio limitado de tiempo (generalmente veinte años desde la fecha de solicitud).
  - **PRESUPUESTO:** documento contable confeccionado periódicamente y que expresa tanto los ingresos como los gastos que deberán satisfacerse durante un ejercicio económico.
  - **RAPPEL:** descuento que conceden la mayoría de los proveedores a sus clientes por el volumen de compras alcanzado
  - **SEGMENTO DE MERCADO:** el segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.
  - **TRIBUTOS:** son los ingresos públicos que consisten en prestaciones pecuniarias exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la Ley vincula el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos.

Tipos de tributos:

- **TASAS:** tributos cuyo hecho imponible consiste en la utilización del dominio público, la prestación de servicios o la realización de actividades en régimen de derecho público.
- **IMPUESTOS:** tributos exigidos sin contraprestación cuyo hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad económica del contribuyente. Son los más importantes por el porcentaje que suponen del total de la recaudación pública.
- **CONTRIBUCIONES ESPECIALES:** tributos cuyo hecho imponible consiste en la obtención por el obligado tributario de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos.

## BIBLIOGRAFÍA

- GUÍA RÁPIDA PARA EMPRENDER UN NEGOCIO. Entrepreneur`s
- ANÍMATE A EMPRENDER. Ayuntamiento de Sevilla.
- LA CREACIÓN DE EMPRESAS. Xunta de Galicia.
- THE SEED HANDBOOK. Lynne Franks



UNIDAD DIDÁCTICA 9:

## departamento de recursos humanos



## Departamento de Recursos Humanos

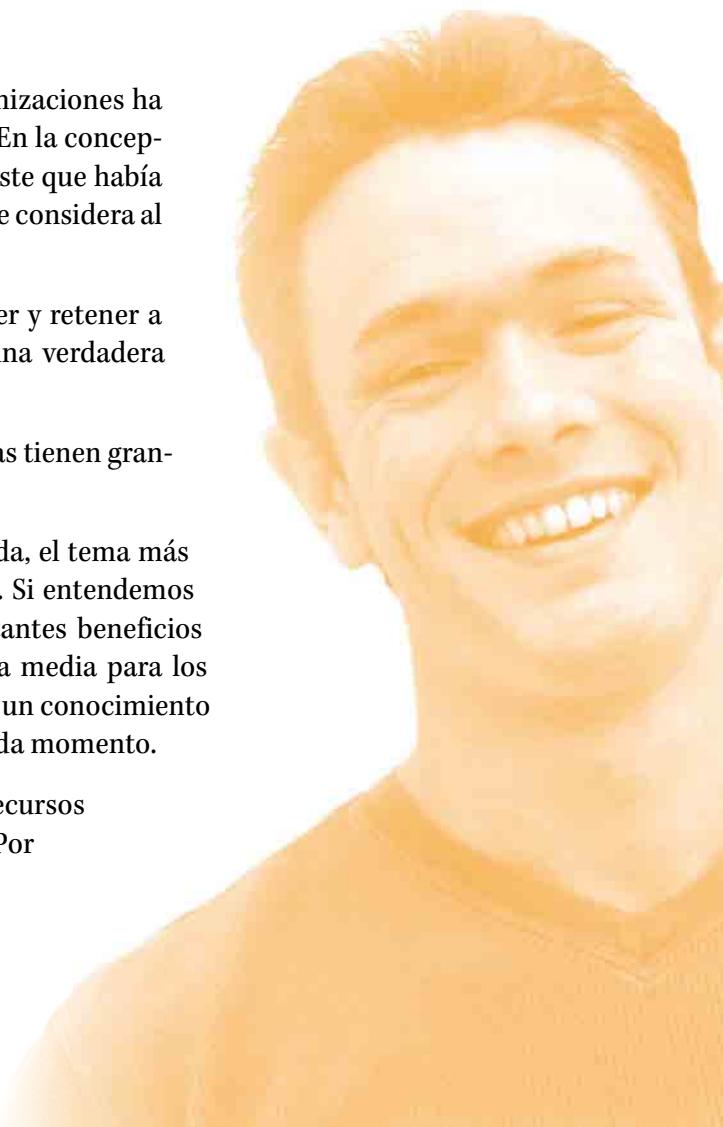
La manera de gestionar los recursos humanos de las organizaciones ha evolucionado en el tiempo, debido al cambio en la visión. En la concepción tradicional, el trabajador/a era percibido como un coste que había que reducir al mínimo, afortunadamente en la actualidad se considera al personal como un recurso que hay que optimizar.

Las grandes empresas dedican muchos esfuerzos a atraer y retener a los empleados más eficaces y rentables, ya que supone una verdadera inversión de futuro.

Las empresas que realmente tratan bien a sus empleados/as tienen grandes ventajas competitivas sobre las que no lo hacen.

La atracción, desarrollo y retención de talentos es, sin duda, el tema más importante de la gestión moderna de Recursos Humanos. Si entendemos como “talentos” a aquellas personas que aportan importantes beneficios a las compañías y que generan riqueza por encima del la media para los clientes y accionistas, que poseen destrezas de alto valor, y un conocimiento profundo no sólo del trabajo, sino de cómo proceder en cada momento.

Debemos tener siempre en cuenta que las políticas de recursos humanos deben apoyar la estrategia de la organización. Por ello, será útil tener cerca una copia del plan elaborado por la Dirección.



## 1. FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS:

Las funciones más importantes de este departamento son:

### ANÁLISIS DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

Hace referencia en exclusiva al puesto de trabajo y no a la persona que lo ocupa. Es un proceso que consiste en recopilar y organizar sistemáticamente la información. El análisis de puesto de trabajo identifica las tareas, cometidos y responsabilidades de cada uno.

Los expertos en gestión de recursos humanos necesitan partir del conocimiento de las tareas y funciones asignadas a cada puesto de trabajo para poder planificar las plantillas, seleccionar al personal, desarrollar acciones formativas, etc.

Como veis, es uno de los pasos más importantes que debemos dar como miembros de este departamento.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1. Podemos dirigirnos a una empresa cercana a nuestro centro educativo y preguntar acerca de los puestos de trabajo que se incluyen en la misma. Si es posible nos desplazaremos a sus oficinas, en su defecto podemos utilizar el teléfono o el correo electrónico para realizar el análisis de puestos de trabajo.**

Para poder hacer dicho análisis, haremos entrevistas, es decir, mantendremos conversaciones personales con el titular del puesto.

Podemos formular preguntas como: ¿Qué puesto ocupa? ¿Qué conocimientos, habilidades, experiencias se necesitan para desempeñar el puesto? ¿Qué hace? ¿Cuántas veces? ¿Por qué? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Dónde y cuándo lo hace? ¿Cómo y con qué lo hace? ¿Con quién? Y todas aquellas preguntas que consideremos importantes.

### CONSEJO:

Preparar la entrevista con tiempo e incluir solamente aquellas preguntas que nos proporcionen información relevante.



Con esta investigación, descubriremos que hay puestos de trabajo más sencillos que realizan casi todos los días las mismas actividades y hay otros más complicados por la variedad y la complejidad de las tareas que desarrollan.

Como resultado de nuestra investigación, haremos una ficha para cada puesto de trabajo donde se incluya toda la información recopilada del mismo.

Te incluimos una ficha a modo de ejemplo:

■ TÍTULO DEL PUESTO:

■ DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE EL PUESTO:

■ RESUMEN DEL PUESTO (DESCRIPCIÓN GENERAL INDICANDO SÓLO LAS FUNCIONES O ACTIVIDADES PRINCIPALES)

■ RELACIONES CON OTROS PUESTOS DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN:

■ RESPONSABILIDADES (LISTA DETALLADA DE LAS RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: PERSONAS, RECURSOS MONETARIOS, INFORMACIÓN, HERRAMIENTAS.....).

■ CONOCIMIENTOS:

■ HABILIDADES:

■ ACTITUDES:

■ EXPERIENCIA:

### PLANIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

Consiste en determinar las necesidades actuales y futuras del personal en función de las acciones que vayamos a emprender. En nuestro caso, se trata de prever cuántos trabajadores necesitaremos.

Por ello, estaremos coordinados en todo momento con la dirección de empresa. ¿Cuántas personas necesitamos en cada uno de los departamentos para poder hacer frente a cada una de las tareas?

Esta labor de planificación nos llevará tiempo, pero será fundamental para conseguir nuestros objetivos.



## RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

Una de las tareas más importantes de este departamento es la de reclutar y seleccionar personal, de tal forma que se estén cubiertos adecuadamente los distintos puestos de trabajo y se asegure el logro de los objetivos.

Obtendremos el éxito en nuestra gestión si conseguimos adecuar las características de cada empleado/a con los requerimientos del puesto de trabajo, de modo que su rendimiento y satisfacción sean óptimos.

Es importante no sólo reconocer las características especiales de cada persona sino también estudiar la complementariedad entre ellas. **No es tan importante la suma de rendimientos individuales como el hecho de que el equipo de trabajo formado sea sinérgico.**

Para ello, analizaremos el test de orientación laboral realizado por cada uno de nuestros compañeros/as para conocer sus preferencias y habilidades( unidad 3, página 70).

### Reclutamiento:

Éste consiste en la búsqueda y obtención de candidatos que se hayan interesado por el puesto de trabajo. Para poder llevar a cabo la fase de reclutamiento y de selección, es necesario realizar previamente un análisis del puesto o de los puestos que queremos cubrir. Una vez que hemos hecho una descripción del puesto, se realiza una búsqueda de candidatos (reclutamiento).

## RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**2. Vamos a realizar un análisis de cómo funciona el mercado laboral. Para ello, analizaremos las ofertas de empleo que aparecen en la prensa, televisión e internet.**

¿Qué tipo de información aparece? ¿Aparece la descripción de la empresa? ¿Se detalla el puesto vacante? ¿Se incluye la retribución? ¿Dónde y cómo enviar los datos personales y el currículum vital?, etc.

Puedes visitar la página: [www.hacesfalta.org](http://www.hacesfalta.org)



Dentro de esta página puedes ver tres opciones: trabajo voluntario, trabajo remunerado y actividades de voluntariado virtual. Podemos analizar la información y comparar unas ofertas de trabajo con otras.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**3. Vamos a suponer que debemos buscar a una persona para que trabaje en cada uno de los departamentos de nuestra empresa, es decir, en cada uno de los departamentos hay una vacante. Si queremos seleccionar a la persona idónea, debemos definir primero los perfiles profesionales que necesitamos.**

#### Departamento de Marketing y Publicidad:

PUESTO:

Se requieren los siguientes conocimientos:

Experiencia:

Se ofrece:

#### Departamento de Recursos Humanos:

PUESTO:

Se requieren los siguientes conocimientos:

Experiencia:

Se ofrece:

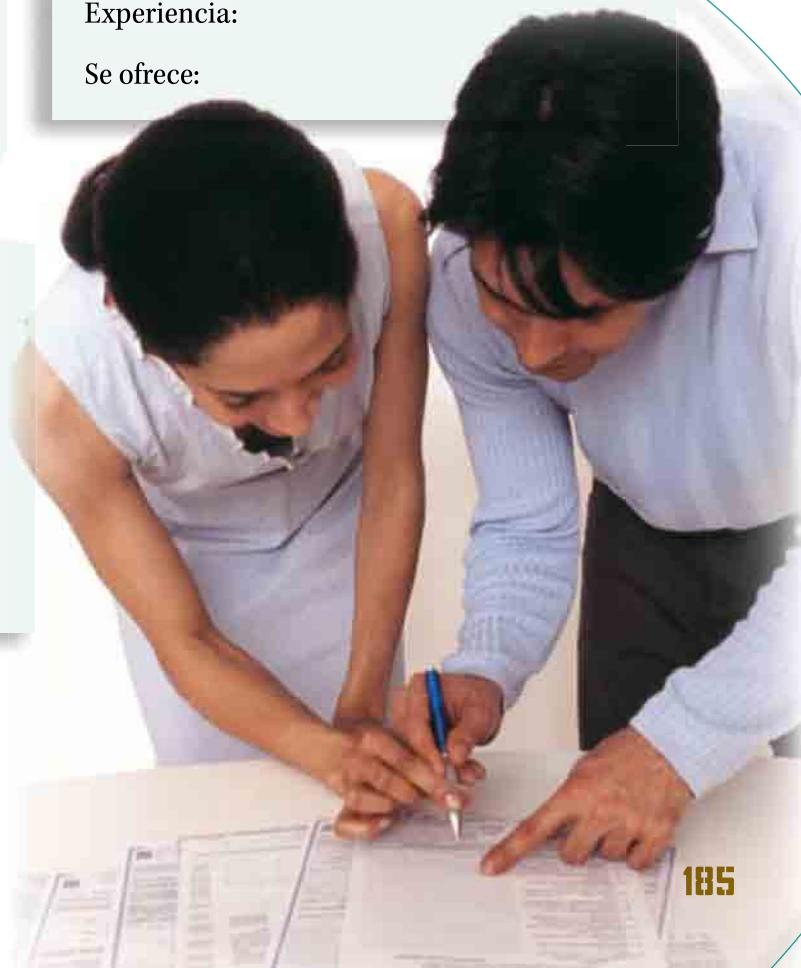
#### Departamento de Administración y Finanzas:

PUESTO:

Se requieren los siguientes conocimientos:

Experiencia:

Se ofrece:



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**4. Con esta información redactaremos un anuncio de oferta de empleo para publicar en prensa y otros medios que contenga la información necesaria y estricta con la finalidad de que sólo respondan los candidatos idóneos.**

**5. A continuación, seleccionaremos con ayuda del profesor/a, los tres anuncios mejor redactados. Seguidamente, nos convertiremos en candidatos al puesto de trabajo que más nos interese de los tres que han sido elegidos. Cuando tengamos claro el puesto de trabajo al que queremos optar, redactaremos un Currículum Vitae y una carta de presentación.**

Este proceso de reclutamiento y selección de personal también lo podemos enfocar a la búsqueda de jóvenes en prácticas y trabajadores eventuales. En este proceso de simulación podemos contar con compañeros/as de otras clases o grupos para determinadas actividades que vaya a realizar la empresa fuera del horario lectivo.

**• A CONTINUACIÓN VAMOS A APRENDER A REDACTAR UN CURRICULUM VITAE.**

Para ello, vamos a darte antes algunos consejos:

- 1** Lo que pongas tiene que ser verdad.
- 2** La información que incluyas deberá ser coherente con el puesto a cual pretendas optar.
- 3** Debe ser breve, claro y preciso.
- 4** Intenta sacarle el máximo partido. Si tienes poca experiencia profesional, deja bien claro la titulación o estudios que poseas. Si es justo al revés, explica y detalla tu experiencia. Siempre debes resaltar tus puntos fuertes y reconocer tus puntos débiles como oportunidad de mejora en la que estás en proceso.





## PUNTOS QUE SE DEBEN INCLUIR EN UN CURRÍCULUM VITAE

### **Datos personales:**

Nombre y apellidos  
Lugar y fecha de nacimiento  
Estado civil (puedes omitirlo según valores)  
Domicilio de referencia  
Teléfono de contacto, correo electrónico, etc.

### **Historial Académico:**

Estudios y titulación obtenida  
Centro, localidad y fechas de estudios  
Formación postgrado o complementaria  
Estudios en el extranjero, becas, etc.

### **Historial profesional:**

Empresa, organismo, institución....  
Experiencia como voluntario/a  
Fecha, responsabilidades y funciones realizadas  
Si no tienes mucha experiencia, indica si has hecho prácticas.

### **Idiomas:**

Cuáles y qué nivel se tiene de ellos, oral y escrito (indicar títulos, si se tienen) lo normal es poner medio, alto o bajo.

### **Informática:**

Eso de poner a nivel de usuario está tan desfasado como indeterminado. Preferible poner que manejas menos aplicaciones pero que las manejas detallando el uso que de ellas haces.

### **Otros datos de interés:**

El carnet de conducir, el club de baloncesto, pertenencia a asociaciones, hobbies y aficiones.

**No olvides que es tu tarjeta de visita para quien no te conoce. Los anexos, las fotos, etc, deben ser cuidadosos.**

## Ejemplo de Curriculum Vitae

### CURRICULUM VITAE

#### DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos : Marina López López

Fecha de nacimiento : 12 de Agosto de 1980

Lugar de nacimiento : Granada

D.N.I. número : 28.887.887-Z

Dirección : C/ Europa, nº 3, 2º B - 18002 Granada

Teléfono : (95) 812 12 12

Email: marinakir@hotmail.es

#### FORMACIÓN ACADÉMICA

2004-2005. Ciclo Superior de Administración y Finanzas.

#### OTROS CURSOS Y SEMINARIOS

2005. "Alternativas Empresariales", por la Universidad de Sevilla. (20h.)

2001. "Gestión y Creación de Empresas", por la Cámara de Comercio. (25h.)

#### EXPERIENCIA PROFESIONAL

2004. Contrato de seis meses en la Empresa BNL, S.L., realizando tareas administrativas en general.

2005. Trabajo como voluntaria durante un año en Cruz Roja en el desarrollo de diferentes proyectos educativos dirigidos a inmigrantes.



### **IDIOMAS**

INGLÉS: Nivel Alto. Título de la Escuela Oficial de Idiomas.

FRANCÉS: Nivel Medio. Cursando Tercer Curso en la Escuela Oficial de Idiomas.

### **INFORMÁTICA**

Conocimientos medios-altos a nivel usuario:

- \* Windows.
- \* Procesador de Texto: Microsoft Word.
- \* Hoja de Cálculo: Excel.
- \* Bases de Datos: Access.
- \* Internet.
- \* Creación de webs y blogs.

### **OTROS DATOS DE INTERÉS**

Carné de conducir B-1, Vehículo propio, Disponibilidad para viajar.

### **REFERENCIAS**

Además de los puestos de trabajo relacionados, les podré ofrecer las que consideren oportunas en caso de que me las soliciten.

Hay disponible un currículum vitae europeo que puedes buscar en:

**CENTRO NACIONAL EUROPASS:**  
[www.mec.es/europass/html/que\\_es.html](http://www.mec.es/europass/html/que_es.html)

• **CARTA DE PRESENTACIÓN.**

Cuando enviamos un curriculum vitae, éste deberá ir acompañado de una carta de presentación.

El objetivo fundamental de la carta de presentación es doble; por un lado, pretende suscitar el interés de quien va a recibir tu candidatura, de manera que lea tu Curriculum Vitae con la atención que merece; por otro lado, pone de relieve los datos específicos de tu Curriculum Vitae, que hacen de ti la persona idónea para ese puesto.

La carta de presentación puede cumplir dos funciones:

- 1 Responder a una oferta publicada en prensa, tablón de anuncios...
- 2 Presentar una candidatura espontánea

**Ejemplo de Carta de presentación:**

**Departamento de Recursos Humanos**  
**Armonizando el entorno, S.L.**  
**Avda. Andalucía, s/n**  
**41071 Sevilla**

Muy Sres. míos,

Con referencia a su anuncio aparecido en la revista "Empleándote" el día 18 de mayo del presente año, adjunto remito mi curriculum vitae, así como la fotografía solicitada.

Dada mi formación en el área contable, así como la experiencia adquirida, considero que podría desempeñar satisfactoriamente las tareas del puesto ofrecido.

Quedo a su disposición para ampliar cuanta información estimen necesaria.

A la espera de sus noticias, se despide atentamente,

Firma

Nombre y apellidos



**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**6. Redacta una carta de presentación para tu curriculum vitae haciendo referencia al anuncio en el que estás interesada.**

Cuando el departamento de recursos humanos tiene la toda la información, procede a hacer una preselección. Rápidamente, descartará aquellos que no se ajusten a las características requeridas. Para aquellos que sí cumplen los requisitos, se concertarán entrevistas de trabajo con el objeto de recabar información suplementaria.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**7. Haremos una selección de todos los C.V. Elegiremos los tres mejores y pasaremos a la siguiente fase: La entrevista.**

- ENTREVISTA DE TRABAJO

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**8. Ahora imaginad que tenemos que entrevistar a un. Para ello, debemos preparar las preguntas que, en nuestra opinión, sean las adecuadas para esta selección .**

La decisión final en cuanto a la selección corresponde a la dirección de la empresa.





**9. Simularemos la realización de una entrevista. Elegiremos a la persona que realizará la entrevista, el resto de las personas de la clase podrán ser los entrevistados. Los que no participen directamente actuarán como observadores y recogerán escrito aquellos aspectos que pueden ser mejorados.**

### Entrevistador/a:

El entrevistador/a creará una atmósfera relajada a la vez que profesional. Tratará de establecer contacto visual, hablará con voz tranquila y expresión sonriente. Transmitirá una sensación de “aquí no pasa nada”, a través de una postura relajada.

- 1 Se presentará, dando su nombre y apellidos así como su cargo.
- 2 Hará una serie de preguntas intrascendentes para tranquilizar al candidato ( hará referencia al calor o al frío que hace ese día, , o hará referencia a algún dato del currículo como el hecho de ser de una localidad donde él ha estado, etc.)
- 3 Una vez creado el clima de confianza y tranquilidad, hablará del proceso de se-

lección como el número de solicitantes, fases de las que va a constar el proceso, etc. ‘

- 4 Intercambio de información: Se suele empezar con temas fáciles y poco comprometidos, para ir gradualmente llegando a cuestiones más delicadas.
- 5 Si el entrevistador se da cuenta de que está ante un candidato/a idóneo/a, intentará vender el puesto de trabajo.

### Entrevistado/a:

Consejos para superar una Entrevista de Trabajo

#### Antes de la Entrevista

- 1 Conoce todo lo que puedas de la empresa.
- 2 Lleva el currículum y repásalo bien, ya que se basarán en él.
- 3 Hazte una relación de tus puntos débiles y prepara argumentos para defenderlos.
- 4 Si te citan por escrito, lo correcto es que llames para confirmar tu asistencia.
- 5 Comprueba tu apariencia, acude bien vestido, limpio/a y afeitado y evita ropa llamativa).
- 6 Acude sin compañía.
- 7 Llega pronto (5 minutos antes).



### Durante la Entrevista

Crea una buena impresión. Las primeras impresiones son de gran importancia. Muchos empresarios/as consideran que tras haber visto entrar por la puerta a un candidato/a y observar la forma de dar la mano y sentarse, son capaces de intuir si se adapta o no al puesto que se oferta.

- 1 Saluda al entrevistador con una fórmula convencional: Buenas tardes Sr. Gómez.
- 2 No te sientes hasta que te lo digan y cuando te lo indiquen, siéntate derecho/a y no lo hagas en el borde de la silla (inseguridad).
- 3 No tutees si no te lo indican.
- 4 Sé atento/a y agradable.
- 5 Evita ponerte nervioso/a y los gestos que lo indiquen como morderte las uñas, golpear con el bolígrafo en la mesa, moverte demasiado en el asiento...
- 6 No interrumpas y responde clara y brevemente cada una de las preguntas del entrevistador. Cuida tu lenguaje y sé sincero.
- 7 Mira al entrevistador a los ojos.
- 8 Deja que él tome la iniciativa
- 9 No pongas los codos encima de la mesa del entrevistador y no cruces los brazos, puede parecer que estás a la defensiva.
- 10 Si te preguntan sobre tu persona, enfatiza tu formación, experiencia y resultado de tus trabajos.
- 11 No esperes demasiado tiempo para responder, podría parecer síntoma de distracción.
- 12 No utilices expresiones tajantes “siempre, nunca”, ni utilices muletillas como “o sea”, “esto...”, “bueno”...
- 13 Muestra entusiasmo por el trabajo, pero no lo supliques.
- 14 No hables mal de las empresas en las que has trabajado.
- 15 No te niegues a responder preguntas.

Haz preguntas e infórmate bien de todo lo que tiene que ver con el puesto que vas a ocupar en la organización.

Sobre las posibilidades de promoción, la empresa o el puesto de trabajo y expresa tu agradecimiento.

### Después de la Entrevista

Analiza los resultados, anota puntos fuertes y débiles...puede servirte para una segunda o para próximas entrevistas en otras empresas.

Una vez que termina la entrevista, el entrevistador puede considerar necesario comprobar las referencias y recabar información extra.

### CAPACITAR Y DESARROLLAR PROGRAMAS, CURSOS Y TODA ACTIVIDAD QUE VAYAN ENCAMINADAS A LA FORMACIÓN DEL PERSONAL.

Tras haber llevado a cabo el proceso de selección de los trabajadores/as, es posible que esas personas aún tengan que adquirir los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desempeñar eficazmente el puesto de trabajo.

El departamento de recursos humanos no sólo se encarga de la formación inicial sino que se encarga de la organización de cursos de formación continua.

- **En primer lugar**, hay que detectar las necesidades. Para ello, se tendrán en cuenta los niveles de rendimiento, las cifras de producción y ventas, las quejas, el absentismo y de los puntos débiles de la empresa.
- **En segundo lugar**, determinaremos los objetivos de formación, es decir, lo que la persona deberá ser capaz de hacer en el trabajo y los niveles de rendimiento que deberá conseguir al final de este período.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### **10. Llevaremos a cabo un estudio de cuáles son nuestras necesidades de formación para un mejor desempeño de las tareas que tenemos encomendadas dentro de la empresa.**

Como trabajo de aula, una vez que conocemos las necesidades podemos contactar con algún experto que trabaje cerca del centro educativo y esté dispuesto a transmitir su experiencia y conocimientos. Si nuestras carencias de formación tienen que ver con el manejo de herramientas informáticas o técnicas de gestión o de producción, técnicas de venta.....buscaremos entre el profesorado, alumnado de otros cursos, familiares o amigos expertos que puedan darnos un curso rápido. Si dedicamos un tiempo a pensar en ello, seguro que se nos ocurren un montón de sabios y expertos colaboradores.

En la medida de lo posible, intentaremos que todo el mundo pueda recibir la formación adecuada para el correcto desempeño de su cometido dentro de la empresa.



**11. Desarrollaremos por escrito un plan de formación que incluya los objetivos, contenidos, fechas, horarios y nombre de las personas que lo van a impartir. Pasaremos una copia del plan de formación al resto de los departamentos.**

### VALORACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Se trata de precisar y comparar lo que el desempeño, en condiciones normales, de determinadas funciones exige de los trabajadores/as normales, sin tomar en consideración la capacidad individual de los mismos/as ni su rendimiento.

Es un procedimiento que contribuye a establecer una clasificación justa del conjunto de funciones desempeñadas, que puede tomarse como base para la fijación de salarios. Se trata de proporcionar una base sólida para la comparación de puestos y establecer un valor de los mismos.

Hay diferentes métodos para la valoración de los puestos de trabajo. Se trata de ordenar los puestos en función de la utilidad e importancia que tengan para la empresa.



### MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

La **motivación** es el deseo de hacer esfuerzos para alcanzar metas. A los miembros del departamento de recursos humanos nos interesa conocer qué mueve al resto de los trabajadores/as de la empresa y qué satisfacción buscan con su dedicación y trabajo.

Un posible reconocimiento o recompensa para aquellas personas que tengan una implicación especial en las tareas de la empresa, puede ser la entrega diplomas o regalos a las personas más emprendedoras.

También podemos pensar en incentivos de carácter grupal, nos marcamos unos objetivos y si los conseguimos obtenemos una determinada recompensa que puede ser un día de convivencia o de descanso en un lugar determinado, una fiesta...

### AUDITORÍA DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS

Los departamentos de recursos humanos que actúan de una manera adecuada contribuyen al logro de los objetivos de la organización pero también contribuyen al logro de los objetivos de los empleados.

Generalmente, cuando los objetivos y las necesidades de los trabajadores no son atendidos y el empleado percibe que la organización se preocupa únicamente por sus intereses, la tasa de rotación tiende a incrementarse así como el absentismo y los conflictos.

Para conocer el nivel de satisfacción de los trabajadores tendremos en cuenta indicadores como la tasa de rotación por diferentes causas como las renuncias, despidos, etc. Otro indicador válido es la tasa de absentismo, llevaremos un control de la asistencia a las sesiones de trabajo y reuniones de la asociación.. Si la tasa de rotación y/o la de absentismo es alta, algo está sucediendo y nosotros tenemos que estar informados de los posibles problemas que puedan existir en nuestra asociación.

Otro método para conocer el nivel de satisfacción son las encuestas o las entrevistas. Las entrevistas nos permitirán conocer con exactitud el grado de. Si alguien no está muy conforme en su puesto de trabajo, intentaremos descubrir las causas y encontrar una solución. En algunos casos, las soluciones se pueden encontrar reuniendo a los miembros del departamento y por consenso tomar decisiones que mejoren la situación; en otros casos, la solución sea un cambio de tareas, funciones o responsabilidades....

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**12. Estudiaremos cada caso en concreto y redactaremos un informe con el nombre de los trabajadores/as, las causas de la insatisfacción en su puesto de trabajo y las posibles soluciones.**

A partir de las entrevistas, puede que detectemos algún conflicto entre compañeros/as que ponga en peligro el trabajo en equipo. En estos casos, haremos de mediadores laborales identificando primero, los intereses de ambas partes para después, y a través de diferentes técnicas, encontrar una solución positiva.





## DESARROLLO DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS NECESARIOS EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Para administrar y gestionar los RR.HH necesario el desempeño de las siguientes tareas:

- 1 Contratación de los trabajadores/as de acuerdo con la normativa.
- 2 Gestión de remuneraciones: nóminas.
- 3 Realizar el control de personal de acuerdo con la normativa y los procedimientos establecidos.
- 4 Preparar y coordinar la documentación administrativa relativa a condiciones de trabajo, mejoras, sanciones, despidos, suspensiones de contratos, etc.
- 5 Gestionar el cumplimiento de los derechos y obligaciones y laborales acordados.

Las organizaciones deben compensar a los trabajadores/as por el esfuerzo desarrollado en la misma. No solo es una forma de remunerar el trabajo realizado, sino que las retribuciones son una oportunidad para incrementar la motivación.

**Salario:** Es el conjunto de contraprestaciones que recibe un trabajador/a, sea en dinero o en especie, que van a remunerar tanto el trabajo efectivamente realizado como el tiempo de descanso computable como trabajo.

La nómina también llamada recibo de salarios, es el documento que se entrega a los trabajadores/as con la liquidación del salario en el que se especifica cada una de las percepciones.

En la nómina suelen especificarse como mínimo:

a) De la empresa:

- 1 Nombre
- 2 Población y domicilio
- 3 Número de inscripción de la empresa en la Seguridad Social

b) del trabajador:

- 1 Nombre y apellidos
- 2 Categoría profesional
- 3 Puesto de trabajo
- 4 Antigüedad

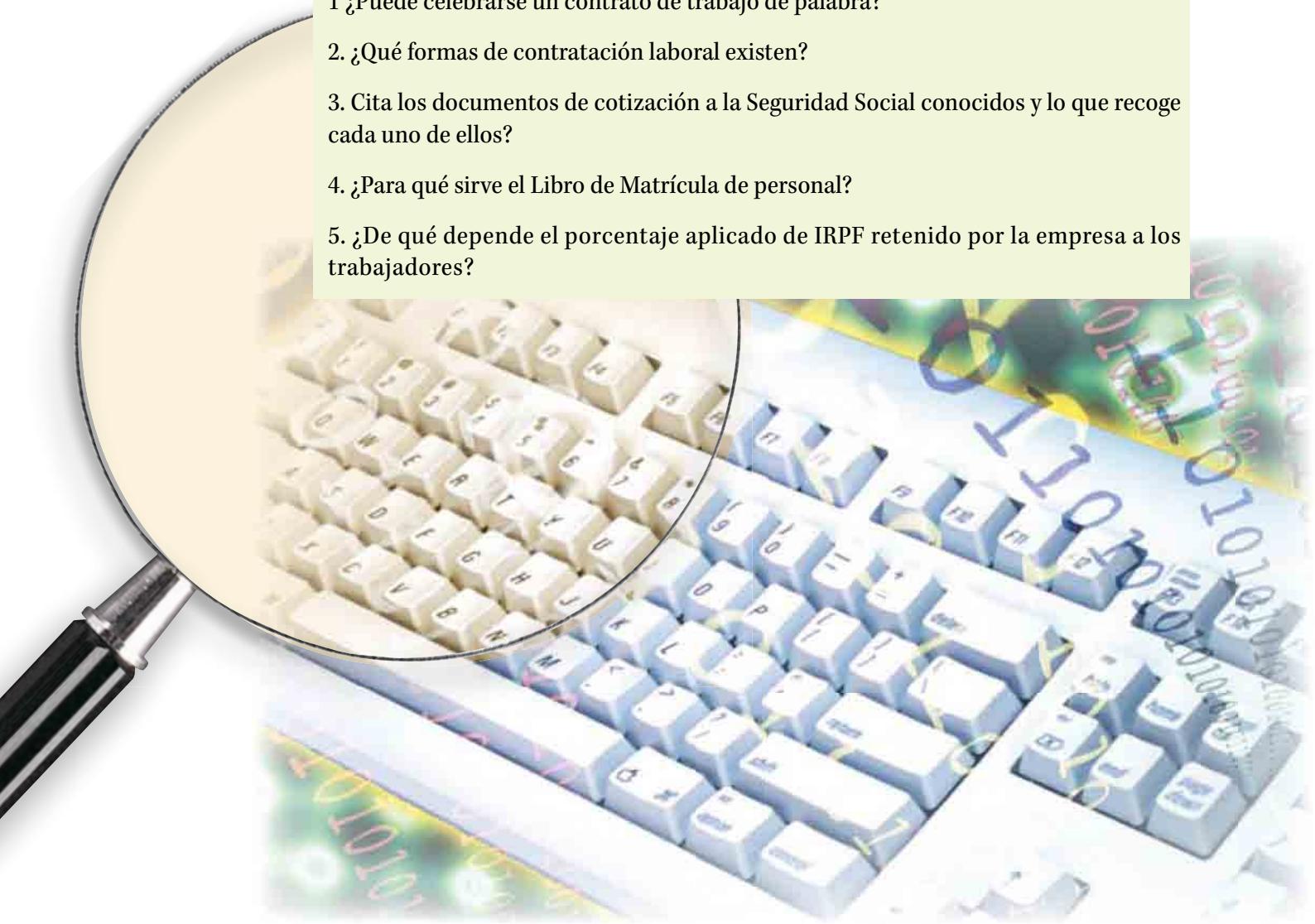
- 5 Número del Libro de Matrícula
- 6 Número de afiliación a la Seguridad Social
- 7 Percepciones salariales y complementarias
- 8 Percepciones asistenciales

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**13. Investigando:** Busca información (Internet, diferentes manuales, organismos...) acerca los documentos relacionados con la administración del personal: Contratos de trabajo, libro de matrícula, nóminas y documentos de cotización a la Seguridad Social.

Después, responde a las siguientes preguntas:

1. ¿Puede celebrarse un contrato de trabajo de palabra?
2. ¿Qué formas de contratación laboral existen?
3. Cita los documentos de cotización a la Seguridad Social conocidos y lo que recoge cada uno de ellos?
4. ¿Para qué sirve el Libro de Matrícula de personal?
5. ¿De qué depende el porcentaje aplicado de IRPF retenido por la empresa a los trabajadores?





## GLOSARIO:

- EUROPASS: es un nuevo sistema que ayuda al ciudadano a:
  - presentar sus capacidades y cualificaciones personales de manera sencilla y fácilmente comprensible en toda Europa.
  - desplazarse profesionalmente por toda Europa.

Europass consta de cinco documentos:

- dos documentos (el Curriculum Vitae (CV) Europass y el Pasaporte de Lenguas Europass) que el interesado puede elaborar por sí mismo; y
- otros tres documentos (el Suplemento Europass al Título/Certificado, el Suplemento Europass al Título Superior y el documento Movilidad Europass), que elabora y expide la respectiva administración competente.

El sistema Europass se apoya en una red de Centros Nacionales Europass.

- MOTIVACIÓN: es la voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.
- NÓMINAS: es el documento que se entrega a los trabajadores/as con la liquidación del salario en el que se especifica cada una de las percepciones.
- SALARIO: el salario o remuneración, es el pago que recibe en forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio del trabajo para el que fue contratado.
- SINÉRGIA: es la integración de elementos que da como resultado algo más grande que la simple suma de éstos, es decir, cuando dos o más elementos se unen sinérgicamente crean un resultado que aprovecha y maximiza las cualidades de cada uno de los elementos.

## BIBLIOGRAFÍA:

- JÓVENES EMPRENDEDORES SOLIDARIOS





UNIDAD DIDÁCTICA 10:  
elaborando mi

plan de empresa



## Elaborando mi plan de empresa

Después de la experiencia adquirida y los conocimientos adquiridos a lo largo del curso, ha llegado el momento de centrarte en ti mismo/a. Este capítulo tiene que ver con tú proyecto de empresa personal y no con el proyecto de grupo que se ha desarrollado durante el curso.

**¿Qué empresa quiero crear? ¿Cómo lo voy a hacer?** Has recorrido ya un camino como persona emprendedora que te va a permitir desarrollar por escrito de forma fácil tu idea de negocio en un plan de empresa. Para llenar algunos de los apartados simplemente tendrás que volver a repasar las distintas unidades didácticas y consultar tu cuaderno de actividades.

Este documento te resultará muy útil a diversos niveles:

- Servirá para profundizar en tu idea empresarial y conocer su viabilidad.
- Obtener la financiación necesaria para lanzar el negocio.
- Optar a posibles subvenciones de las administraciones públicas.
- Encontrar socios o inversores que crean en ti.

Consejos para la elaboración de un plan de empresa:

- **Claridad:** La información y redacción ofrecida debe ser clara, concisa, veraz y comprobable. Se trata de incluir únicamente aquella información que sea relevante. Debe ser de fácil lectura ya que el plan de empresa constituye nuestra mejor «tarjeta de presentación»

- 2 Actualidad: El plan debe ser un documento que recoja información y datos recientes. Un desfase notable puede resultar problemático para determinar el éxito de la futura empresa.
- 3 Debe ser completo y abarcar todas las áreas de la actividad empresarial.
- 4 Lenguaje comprensible: Se debe utilizar un lenguaje que sea comprendido fácilmente por las distintas personas que puedan leer el documento (inversores, bancos, proveedores, técnicos, etc.).

Antes de desarrollar tu plan de empresa, te invitamos a reflexionar sobre el concepto de **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)** o **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**.

## Responsabilidad Social Corporativa

Puede definirse como la contribución activa y voluntaria de las empresas a la consecución de mejoras sociales, económicas y ambientales al mismo tiempo que incrementan su situación competitiva y su valor añadido.

La principal función de una empresa consiste en crear valor y generar así beneficios para sus propietarios y accionistas pero también puede contribuir al bienestar de la sociedad. Hoy en día, las empresas están cada vez más convencidas de que su éxito económico ya no depende únicamente de una estrategia de aumento al máximo de los beneficios a corto plazo, sino de su orientación a mejorar:

- La calidad de vida laboral.
- El medio ambiente.
- La situación de la comunidad donde está instalada la empresa.
- El marketing para desarrollar una comercialización responsable.
- La ética empresarial.

La Responsabilidad Social Corporativa, va mucho más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento.

Puedes descargar el Libro Verde sobre Responsabilidad Social Corporativa :

<http://www.jussemper.org/Inicio/Recursos/Actividad20Corporativa/Resources/Libro%20verde.pdf>



## 1. PLAN DE EMPRESA

### ESTRUCTURA DEL PLAN DE EMPRESA:

- 1** Identificación de los promotores.
- 2** Identificación del proyecto.
- 3** Descripción de la idea.
- 4** Actividad .
- 5** Forma jurídica.
- 6** Localización de la empresa.
- 7** Estudio de mercado.
- 8** Plan comercial.
- 9** Plan de producción.
- 10** Plan económico-financiero.
- 11** Viabilidad.

#### Identificación de los promotores/as

Indicar el número de promotores vinculados al proyecto e incluir los datos personales (nombre, dirección, edad, teléfono), formación (titulación académica y cursos realizados) y experiencia profesional así como los objetivos personales de cada uno.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### **1. Identificación de los promotores/as y sus objetivos personales:**

(datos personales, datos profesionales, experiencia profesional y objetivos personales)

#### Identificación del proyecto:

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### **2. Identificación del proyecto:**

Identificar el proyecto: Nombre o razón social, y domicilio de la empresa.

### Descripción de la idea

Describe brevemente la forma en que surgió la idea:

- Por medio de aficiones o hobbies.
- Estudiando nuestras competencias y aptitudes.
- Al observar las tendencias sociales que generan nuevas necesidades.
- Inventando nuevas utilidades de cosas ordinarias.
- Perfeccionamiento de los procesos productivos o de servicios.
- Aportando conocimientos nuevos o productos innovadores.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

#### **3. Descripción breve de la idea de negocio:**

### Actividad y forma jurídica:

- Define cuál es el producto o servicio que vas a ofrecer en tu futura empresa.
- Necesidades que cubre tu producto o servicio.
- Ventajas comparativas: describe las ventajas que tiene tu producto o servicio respecto a los existentes en el mercado actualmente. Haz hincapié en la novedad más significativa.
- Nombre del producto o servicio: incluye información relativa a la presentación del mismo (diseño, tipo, forma, características...), imagen (marca, logotipo...)
- Evolución futura del producto: Describe posibles cambios para el futuro.
- Forma jurídica (empresario individual, sociedad civil, sociedad anónima, sociedad limitada, sociedad laboral, sociedad cooperativa, sociedad laboral nueva empresa). Justifica la elección de la forma jurídica.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

#### **4. Actividad:**

#### **5. Forma jurídica :**

### Localización

Se analizará donde conviene ubicar la empresa en función de distintos parámetros como son: la cercanía al cliente, cercanía de las materias primas, coste del suelo, formación de la mano de obra en la zona, subvenciones...



## RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

### 6. Localización de la empresa:

#### El mercado

En el estudio de mercado se incluye la siguiente información:

- Características del mercado: Precisar si el mercado en el que se quiere entrar es de ámbito local, comarcal, regional o internacional.
- Características de clientes y consumidores: Tipo de cliente con el que vas a trabajar (empresas o particulares, sexo, edad, recursos, nivel de estudios...)
- Contactos establecidos con posibles clientes.
- Estudio de la competencia (empresas competidoras, su tamaño, sus características, sus ventajas respecto a nuestra empresa...)
- Ventajas comparativas respecto a la competencia.

## RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

### 7. Estudio de mercado:

#### 7.1. Características del mercado:

#### 7.2. Clientes:

#### 7.3. Proveedores:

#### 7.4. Análisis de la competencia:

*Debes tener presente que uno de los aspectos más importantes en la elaboración del proyecto es el análisis del mercado ya que un conocimiento adecuado del mismo te permitirá evaluar las posibilidades de éxito.*



## Política comercial

- Objetivo comercial: Indica el porcentaje aproximado de participación en el mercado que pretendes conseguir para tu empresa en función del ámbito geográfico de intervención, describe la evolución que esperas conseguir a corto, medio y largo plazo.
  - Precio de venta: Indica el precio de venta de los productos o servicios que vas a ofrecer haciendo alusión al criterio que has seguido para la fijación del mismo.
  - Previsión de ventas: ¿Cuál es el volumen de ventas que has previsto realizar? Refléjalo en una tabla donde aparezcan los 12 primeros meses. Después, en una segunda tabla incluye una previsión de los 5 primeros años. A continuación, explica brevemente ambas tablas.
  - Sistema de ventas: ¿Cómo has pensado organizar tu política de ventas? (personalmente, con personal de la empresa,...)
- Indica qué estructura tienes prevista, costes, forma de pago...
- Canales de distribución: Cómo vas a llegar a tus clientes (venta al menor, venta al mayor, distribuidores, ventas a través de internet, por correo..)
  - Comunicación: Cómo vas a promocionar tu producto (prensa, radio, carteles, páginas amarillas, internet...) Describe las diferentes acciones que piensas realizar y detalla su coste.

### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

#### **8. Plan comercial**

##### **8.1.Promoción y publicidad:**

##### **8.2.Distribución:**

##### **8.3.Descripción del producto o servicio:**

##### **8.4. Previsión de ventas:**

*Nota: En el punto 8.3. describir el producto o servicio y hacer una relación de los bienes o servicios que se ofrecerán en la empresa acompañados de sus precios y señalar el criterio utilizado para la fijación del mismo)*

## Producción

En el caso de que vayas a fabricar algún artículo, detalla el proceso productivo incluyendo información relativa a las diferentes etapas del proceso de producción, los proveedores, materias primas y suministros, recursos humanos necesarios...



#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 9. Plan de producción: Descripción del proceso de fabricación.

#### Plan de inversiones

Se trata de determinar los recursos necesarios que tu empresa requiere para desarrollar la actividad.

- Instalaciones: Indica el tipo de instalación (nave, despacho, local..) con una breve descripción (tamaño, distribución interior...) ¿Lo vas a alquilar o lo vas a adquirir en propiedad?. En cualquiera de los dos casos, indica el coste.
- Equipamientos: Se plantearán las dotaciones que se precisan para desarrollar la actividad con su coste correspondiente: maquinaria, mobiliario, comunicaciones ( fax, teléfono,..), ordenadores, etc.
- Medios de transporte: Se detallarán los medios de transporte que precise la actividad y se indicará si se van a comprar o a contratar.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 10. Plan de Inversiones:

#### Organización y recursos humanos

- Organigrama: Representación gráfica con el nombre de los departamentos y de los puestos de trabajo incluidos en ellos.
- Personas necesarias: Número de trabajadores necesario así como el nivel de formación, forma de contratación y la retribución de cada uno de ellos.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 11. Organización y recursos humanos:

#### Seguridad

Dependiendo de la actividad los trabajadores tendrán derecho a una protección eficaz en materia de seguridad e higiene (ropa adecuada, mascarilla...)

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 12. Medidas de seguridad e higiene (especificar en caso necesario)

##### Recursos económicos y financieros

- Estimación económica del proyecto: Cuáles son las inversiones que vamos a realizar y su valoración económica.
- Recursos propios: Detalla los recursos propios de los que dispones para acometer el proyecto:
- Otras fuentes de financiación: Qué otras fuentes de financiación vas a utilizar para acometer el proyecto.
- Plan de inversiones y financiación: Recogemos en un documento contable llamado **balance** la situación inicial de la empresa.
- Cuenta previsional de resultados: Es el documento que refleja todos aquellos gastos necesarios para desarrollar tu actividad y los recursos que esperas generar con la misma.

Para elaborar una previsión de **gastos fijos**, es necesario que tengas en cuenta:

- 1 Alquiler.
- 2 Mantenimiento y las reparaciones.
- 3 Servicios de profesionales independientes.
- 4 Transportes.
- 5 Seguros.
- 6 Publicidad.
- 7 Suministros (agua, luz, teléfono y gas).
- 8 Gastos de personal: sueldos brutos y cotizaciones a la Seguridad Social de promotores y trabajadores.
- 9 Gastos financieros (intereses).
- 10 Amortizaciones (desgaste previsto de los gastos de constitución, derechos duraderos y los bienes de inmovilizado).

Para hacer una estimación de los ingresos apoyándonos en la información obtenida en el estudio de mercado.





### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### **13. Financiación del proyecto:**

**13.1. Estimación económica del proyecto: ¿Cuáles son las inversiones que vamos a realizar?.**

**13.2. Recursos propios:**

**13.3. Otras fuentes de financiación:**

#### **14. Plan de inversiones y financiación**

BALANCE INICIAL			
INVERSIÓN	IMPORTE	FINANCIACIÓN	IMPORTE
Local, Edificios		Capital propio	
Instalaciones		Capital ajeno	
Maquinaria		Préstamos a l/p	
Mobiliario		Préstamos a c/p	
Elemento de transporte		Subvenciones	
Existencias		Otras fuentes de financiación	
Gtos. de Constitución			
Depósitos y fianzas			
Otros			
<b>TOTAL</b>		<b>TOTAL</b>	

#### **15. Cuenta previsional de resultados:**

INGRESOS	IMPORTE	GASTOS	IMPORTE
Ingresos previstos		Compra de mercaderías	
		Sueldos y salarios	
		Seguridad Social	
		Suministros	
		Amortización	
		Otros gastos	
<b>TOTAL</b>		<b>TOTAL</b>	

### Viabilidad

Una vez que esté terminado, es aconsejable que el plan sea evaluado o revisado por una persona externa al proyecto empresarial que comprenda el tipo de negocio y cuyo juicio sea fiable.

Para evaluar la eficacia del plan se deben contestar las siguientes preguntas:

- ¿Están al alcance los objetivos propuestos?.
- ¿Son suficientes las acciones planificadas para lograr estos objetivos?
- ¿Cuentan los promotores del proyecto con la experiencia y conocimientos necesarios?.
- ¿Tenemos suficiente información sobre los clientes y la competencia?
- ¿Cuál es el valor añadido de tu empresa y cómo se diferencia de las empresas que actualmente están operando en el mercado?
- ¿Resulta realista esperar que el negocio crecerá y será rentable?
- ¿Han sido considerados los principales riesgos?

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

##### **16. Estudio de viabilidad**



## WEBGRAFÍA

- BANCO MUNDIAL DE LA MUJER.

[www.autoempleomujer.com/pl\\_pre.com](http://www.autoempleomujer.com/pl_pre.com)

- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO.

Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.

<http://servicios.ipyme.org/planempresa/>

- CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA.

<http://web.cice.junta-andalucia.es/cocoon/index.html>

- CONSEJERÍA DE EMPLEO.

[www.juntadeandalucia.es/empleo](http://www.juntadeandalucia.es/empleo)

- CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL .

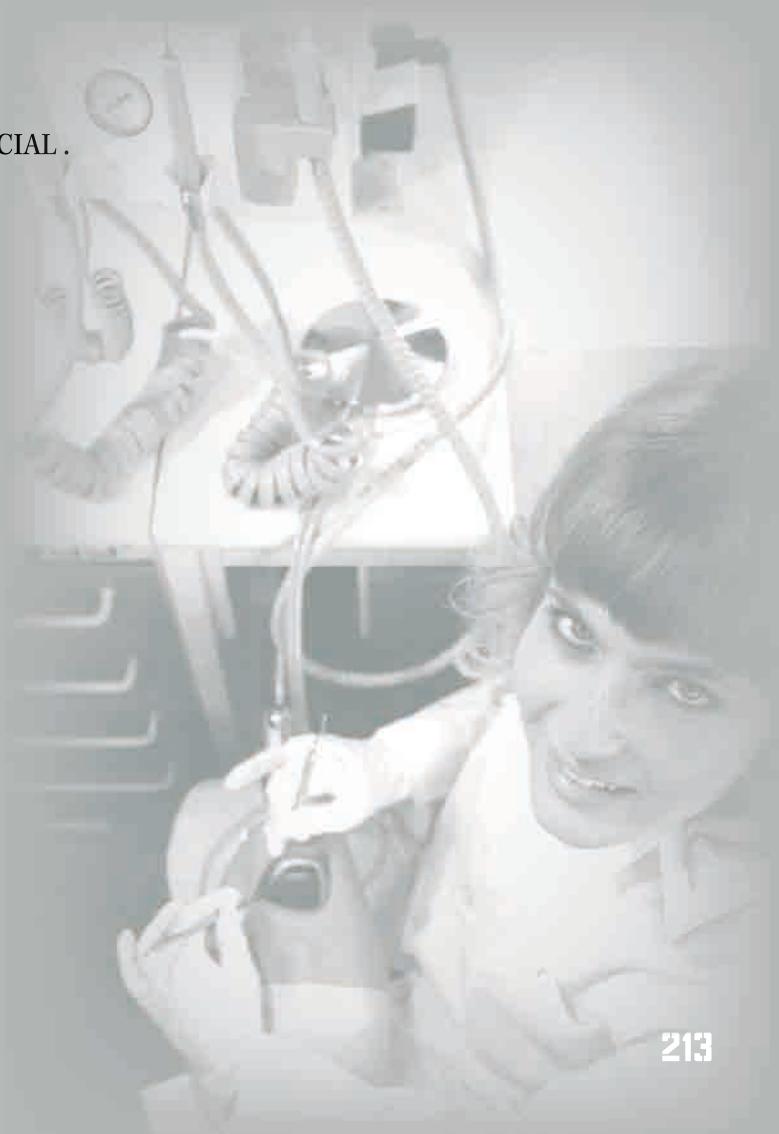
[www.juntadeandalucia.es/igualdadybienestarsocial](http://www.juntadeandalucia.es/igualdadybienestarsocial)

- INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER.

[www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer](http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer)

- VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL.

[www.ventanillaempresarial.org](http://www.ventanillaempresarial.org)





CREANDO EMPRESA  
ANEXOS



## 1. TRÁMITES NECESARIOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

### EL AUTÓNOMO

A diferencia de algunas sociedades, el autónomo **no necesita inscribirse en el Registro Mercantil** (puede hacerlo voluntariamente), **ni necesita solicitar el CIF** ya que facturará con su NIF.

#### **DECLARACIÓN CENSAL**

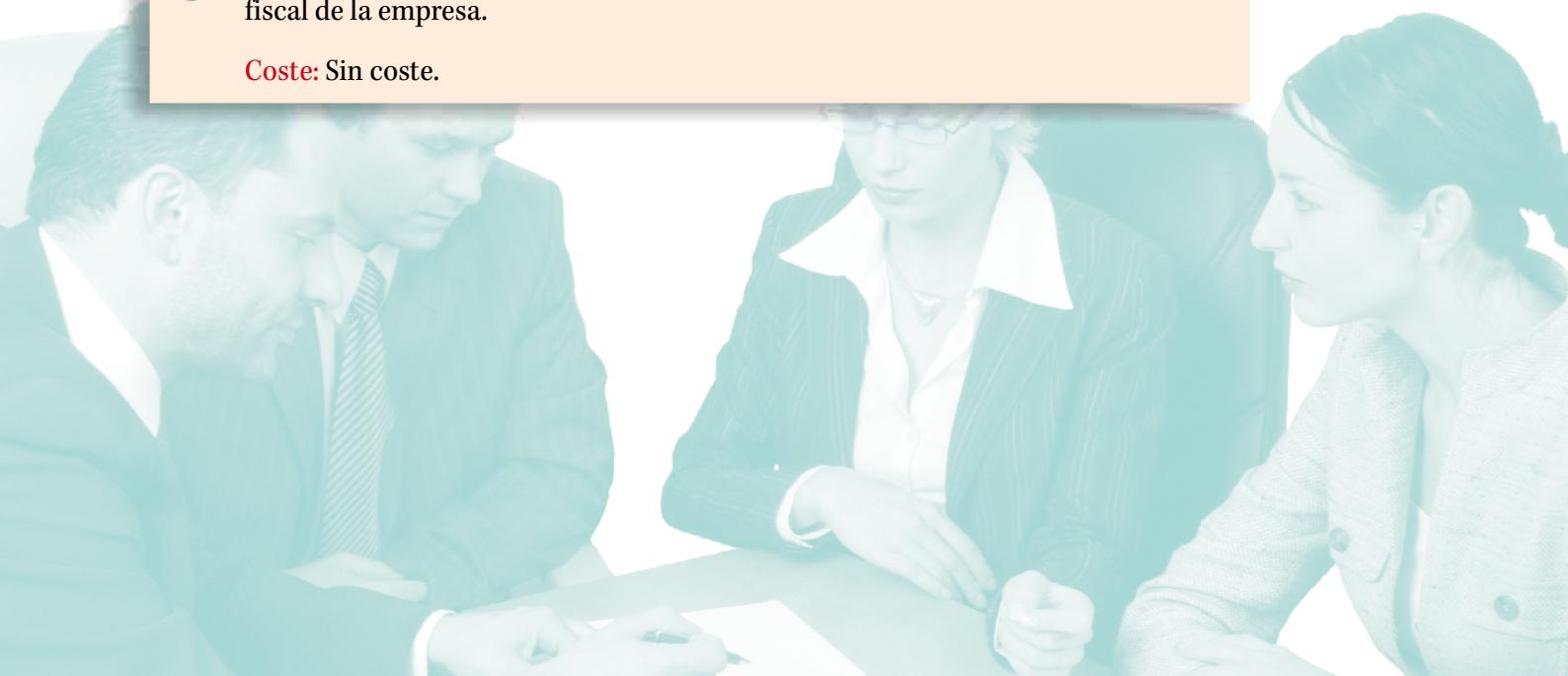
 Es la declaración de comienzo, modificación o cese de actividad, que han de presentar a efectos fiscales los empresarios y los profesionales. Incluye el alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

**Documentos a presentar:** Modelo oficial 036, DNI o CIF (para sociedades).

**Plazo:** Antes del inicio de la actividad.

 **Lugar:** Administración de Hacienda o Delegación correspondiente al domicilio fiscal de la empresa.

**Coste:** Sin coste.



### AFILIACIÓN Y ALTA EN EL RÉGIMEN DE AUTÓNOMOS

Es un régimen especial de la Seguridad Social obligatorio para trabajadores por cuenta propia y para los socios trabajadores de sociedades civiles y mercantiles, que dependiendo de los casos deben darse de alta en este régimen o en el General.

**Documentos a presentar:** Documento de afiliación (TA0521), Parte de alta de asistencia sanitaria, Parte de alta de cotización por cuadruplicado, Fotocopia de la Declaración Censal, Fotocopia del DNI para el empresario individual y del contrato y CIF si se trata de una sociedad, en el caso de tratarse de un profesional Colegiado, certificado del colegio correspondiente.

**BONIFICACIÓN:** en las cuotas de 51'04 € de la aportación a la seguridad social, durante los dos primeros años, para jóvenes menores de 30 años y mujeres menores de 35 que se constituyan por primera vez como autónomos. Esta bonificación se aplicará de forma automática al darse de alta.

**Plazo:** 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad.

**Lugar:** Tesorería General de la Seguridad Social correspondiente.

Tfno: 901.50.20.50.

**Coste:** Aproximadamente al mes:

234.14 € base mínima de cotización con Incapacidad Temporal.

208.21 € base mínima de cotización sin Incapacidad Temporal.

### SOLICITUD DEL NÚMERO DE PATRONAL

Sólo debe hacerse cuando va a contratarse algún trabajador. De esta manera se inscribe la empresa en la Seguridad Social que asigna al empresario un Código de cuenta de cotización principal. Dicha inscripción será única y válida para toda la vida de la persona física o jurídica titular de la empresa.

**Documentos a presentar:** Impreso de inscripción de empresas por triplicado (TA6), DNI del titular o copia de la escritura de constitución, contrato de asociación o Mutua de accidentes de trabajo hacer constar el sector laboral de la empresa, impresos de alta del trabajador contratado y declaración censal.

**Plazo:** Antes de que el trabajador comience su actividad.

**Lugar:** Tesorería General de la Seguridad Social correspondiente.

**Coste:** Sin coste.

**COMUNICACIÓN DE APERTURA DEL CENTRO DE TRABAJO**

Deben realizarla aquellas empresas que procedan a la apertura de un nuevo centro de trabajo o reanuden la actividad después de efectuar alteraciones, ampliaciones o transformaciones de importancia.

**Documentos a presentar:** Modelo oficial.

**Plazo:** 30 días siguientes al inicio o reanudación de la actividad.

**Lugar:** Delegación Provincial de Empleo.

Servicio de Administración Laboral.

**Coste:** Sin coste.

**SOLICITUD DE LOS LIBROS DE VISITA**

El libro de Visita es obligatorio para todas las empresas aunque no tengan trabajadores a su cargo y debe presentarse ante una posible Inspección de Trabajo. Debe tenerse uno por cada centro de trabajo.

**Documentos a presentar:** TA1000 o TA521 (Alta R.E.T.A), TA6 (si se tienen trabajadores contratados), llenar la primera página del Libro.

**Plazo:** Antes de empezar la actividad y de contratar trabajadores.

**Lugar:** Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.

**Coste:** Libro: aproximadamente 6 € (se compra en papelerías). Visado sin coste.

**SOLICITUD LIBRO DE RECLAMACIONES**

Obligatorio para todas las empresas que posean una atención al público.

**Documentos a presentar:** Declaración Censal.

**Plazo:** Antes de empezar la actividad.

**Lugar:** Servicio de Consumo.

**Coste:** Libro: 2.00 €.

## SOCIEDADES

Si se va a constituir una sociedad además de los anteriores pasos tienes que llevar a cabo los siguientes trámites.

### **OBTENCIÓN DE CERTIFICADO NEGATIVO DE DENOMINACIÓN DEL REGISTRO MERCANTIL.**

**Documento a presentar:** Certificado Negativo de Denominación.

**Plazo:** Antes de empezar la actividad.

**Lugar:** Registro Mercantil.

**Coste:** Sin coste.

### **DESEMBOLOSO BANCARIO MÍNIMO EXIGIDO POR LA LEY A NOMBRE DE LA SOCIEDAD**

Ingresar en una entidad bancaria la cantidad que legalmente le corresponda a nombre de la Sociedad.

### **REDACCIÓN DE LOS ESTATUTOS**

#### **ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN ANTE NOTARIO**

**Documento a presentar:** Escritura Pública de Constitución.

**Plazo:** dos meses.

**Lugar:** En cualquier notaría de tu localidad.

**Coste:** Es variable, aproximadamente entre 210 € y 270 €.

### **LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS.**

Tiene un tipo impositivo del 1% exceptuando Cooperativas y Sociedades Laborales que están exentas.

**INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL O EN EL REGISTRO DE COOPERATIVAS  
(SÓLO PARA COOPERATIVAS)**

**Documentos a presentar:** Primera copia de la Escritura Pública de Constitución, Certificación del Registro Mercantil Central (sección Denominaciones), Documento justificativo de haber satisfecho ITP/AJD y copia del CIF.

**Plazo:** Un mes para las Cooperativas

**Lugar:** Avda de la Buhaira, 15 Sevilla y para Cooperativas en Avda República Argentina 21B. Tfno: 954541192

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**1. A cada localidad o distrito corresponden unas oficinas de la administración. Busca las que te corresponden a tu dirección. Escribe la dirección postal y localiza en un plano las de:**

- La administración de Hacienda.
- La Tesorería General de la Seguridad Social.
- La Delegación Provincial de Empleo – Servicio de Administración Laboral.
- Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.
- Servicio de Consumo.
- Registro Mercantil.
- Banco.
- Notaría.

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**2. Haz un esquema de los trámites que debemos seguir para que nuestro proyecto de empresa esté legalmente constituido y operativo.**

## 2. TRÁMITES EN TU AYUNTAMIENTO

Los siguientes pasos son necesarios si vas a abrir un local, vas a hacer obras en él o si hay un cambio de titularidad o actividad. Si no estás en estos casos no son necesarios. De cualquier modo, es conveniente si vas a abrir un local que como paso previo a todo lo comentado empieces consultando al Ayuntamiento sobre las posibilidades de que el local que tienes pensado pueda albergar el negocio deseado. ¿De qué te valdría comprar o alquilar el local si luego no puedes poner el negocio que pensabas?.

### LICENCIA DE APERTURA

- Es una licencia municipal que acredita la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable. Sólo debe solicitarse cuando va a abrirse un local.
- Las actividades se dividen en Inocuas (aquellas que no producen molestias ni daños y que son más fáciles de conseguir y más baratas) y Calificadas (aque-las que pueden resultar molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, y que por lo tanto son más difíciles de conseguir y más caras).
- **Documentos a presentar:** Impreso normalizado, Declaración Censal, Contra-to de arrendamiento o escritura de propiedad del local, DNI del solicitante o escritura de sociedad y CIF, memoria descriptiva de la actividad y del local, planos de planta y sección del local, plano o croquis de la situación del local, presupuesto de las instalaciones. Además si la actividad es Calificada será ne-cesario un Proyecto de las instalaciones firmado por Técnico competente, visa-do por el Colegio Profesional correspondiente y con Dirección facultativa, que incluya: Planos, presupuesto y memoria.
- Una vez concedida la licencia de apertura, las actividades calificadas deben solicitar la Licencia de Funcionamiento.
- **Plazo:** Antes de abrir el local. Una vez concedida la actividad debe comenzar dentro de los 6 meses siguientes a la concesión de la licencia.
- **Lugar:** Área Municipal de Urbanismo, en función de las instalaciones a acometer y de la calificación de la zona en que se encuentre ubicado el local o establecimiento. En otras poblaciones consultar al Ayuntamiento.
- **Coste:** Depende del epígrafe de actividad económica.

## LICENCIA DE OBRAS

Es la necesaria para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento. Por lo tanto si no se va a abrir local o no se van a hacer obras, no será necesaria. En determinados municipios, como es el caso de Madrid capital, la realización de obras de acondicionamiento menor de locales, que no afecten a la estructura, distribución ni aspecto exterior de los mismos, no están sujetas a la obtención de Licencia de Obras. Bastará una comunicación previa, junto con la presentación de los siguientes documentos: Planos de situación, descripción de las obras y valoración de las mismas.

**Documentos a presentar:** Impreso normalizado, presupuesto de las obras, planos de planta, alzado y sección acotados y a escala, del estado actual y del reformado, Memoria descriptiva de las obras, Plano parcelario de la finca. Si las obras afectan a la estructura del local se presentará Proyecto firmado por Técnico Competente, visado por el Colegio Profesional correspondiente y con Dirección facultativa que incluya; Planos, Presupuesto y Memoria.

**Plazo:** Antes de realizar las obras. Una vez concedida la licencia las obras pueden ejecutarse hasta 6 meses después de la fecha de concesión.

**Lugar:** Área Municipal de Urbanismo, en función de las instalaciones a acometer y de la calificación de la zona en que se encuentre ubicado el local o establecimiento. En otras poblaciones consultar al Ayuntamiento.

**Coste:** 5'05 % del presupuesto de la obra.

A modo de conclusión ...

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**3. ¿Debéis solicitar Licencia de Apertura para comenzar vuestro proyecto de empresa? Si es así, investigad si vuestra actividad será “inocua” o “calificada”.**

### GUADALIS, SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA

● Ésta es la historia de 8 mujeres emprendedoras, que coincidieron en unas jornadas del Día de la Mujer Trabajadora en 1999: Marta, Inma, Emi, Rosario y 4 vecinas más de Isla Mayor.

Isla Mayor es un pueblo muy peculiar. Mal comunicado, se encuentra al final de una carretera comarcal y no tiene otro pueblo a menos de 20 km. Está situado en el corazón de la zona arrocera de Sevilla, rodeado de 30.000 ha dedicadas a este cultivo.

● Es la zona de España con más superficie dedicada al arroz y con mayor producción, pero una mala articulación de la sociedad, las luchas de poder entre cooperativas y la falta de personas emprendedoras ha hecho que durante años los agricultores no hayan sido capaces de comercializar la producción con marca propia.

● Se ha vendido, cosecha tras cosecha, toda la producción a industrias externas. Hablamos de la friolera de 200 ó 300 millones de kilos. Cada año. Todo esto sin poner ni un sólo kilo en el mercado como algo propio.

● Marcas tan “valencianas” como “La Cigala” o “La Fallera” se producen y envasan desde hace muchos años en las factorías de Sevilla, sin hablar de las numerosas marcas blancas de las cadenas de supermercados.

● Estas 8 mujeres, que sólo se conocían de vista, se encuentran durante las mencionadas jornadas jornadas. Allí asisten a una charla sobre emprendedoras y sobre ayudas a empresas, que es lo que supone para ellas el empujón que necesitaban.

● Inmediatamente quedan para concretar la idea que tenían en mente: **montar un molino de arroz**. Todas estaban de acuerdo, pero la idea era muy abstracta y había que darle forma al proyecto. Por esto piden ayuda a la Agencia de Desarrollo Local de Isla Mayor, que les asesora de los pasos que deben seguir, y ven cómo su idea empresarial va tomando cuerpo.

El nombre elegido GUADALIS, y su eslogan ARROCES DE DOÑANA. Como forma jurídica la Cooperativa.

Por aquel entonces la mayor cooperativa arrocera de la comarca había hecho gestiones para comprar la maquinaria que convertía el arroz cáscara en arroz cargo (quitar la primera cubierta del grano). El arroz cargo era precisamente la materia prima que iban a necesitar en Guadalís para fabricar su arroz. Las socias se aseguran el suministro de este tipo de arroz hablando con el presidente de la cooperativa arrocera.

Para los trámites de constitución deciden poner cada una 150.000 ptas (el equivalente a 900 €). Todas creen firmemente en el proyecto y deciden comprar toda la maquinaria necesaria. Ello les supone una inversión inicial de 2.000.000 ptas (12.000 €) a cada una. Con este dinero, más las ayudas que reciben, compran el molino, dan la entrada para una nave en un polígono y realizan toda la instalación de tuberías y cintas transportadoras necesarias.

Parece que todo está bien atado y organizado. Se reparten tareas y funciones. Cada una es responsable de un área, pero todas se ayudarán en todo lo que sea necesario. Con miedos, pero con ilusión. Así empieza **Guadalís, Arroces de Doñana**.

El comienzo fue difícil, nadie conocía su marca. Ya había muchas en el mercado y sentían la necesidad de diferenciarse de la competencia.

Precisamente hacía un año que había comenzado la producción integrada del arroz, un nuevo sistema que elimina un alto porcentaje de químicos, desde abonos a insecticidas y fungicidas. Este tipo de arroz tiene un valor añadido que Guadalís venderá.

Decidieron comercializar su arroz en un envase de tela buscando dar una imagen de calidad que se correspondiera con el contenido del mismo. A excepción de un comercial que les iba abriendo mercados y el reparto que realiza una empresa externa, el resto del trabajo lo realizan entre las 8 mujeres. Cada una es responsable de un área de la empresa: administración, ventas, envasado, molino, almacén, ... y además todas se ayudan a realizar todas las tareas cuando es necesario.

Poco a poco se iban haciendo con un lugar en los comercios. Además de la marca Guadalís, ya envasan varias marcas más, incluyendo algunas marcas blancas para supermercados, como supermercados MAS.

Ha habido muchas vicisitudes exteriores.

Actualmente quedan las 4 socias nombradas arriba: Rosario, Emi, Inma y Marta. Dicen pasar por dificultades, por culpa de presiones comerciales que ellas no esperaban. La

cooperativa arrocera ha dejado de suministrarles el arroz cargo que necesitan, y pagar un porte de este tipo de arroz desde otro lugar les supone encarecer el precio de su producto a un nivel que no es competitivo.

Visitadas en febrero de 2007 aseguran que tienen la empresa en venta y que están decididas a cerrar. Aseguran que sólo un milagro (en forma de cambio de política de los arroceros de la localidad o de apoyo de la Administración) podrá hacer que su sueño de 8 años siga adelante.

Revisión al 20 de abril de 2007. Guadalis se ha vendido. Lo han comprado 2 agricultores de la zona.

## 1- REFLEXIÓN

Guadalis es un buen ejemplo de creación de empresa.

Encontraron un producto que no existía en el mercado: arroz de calidad producido en Andalucía, y lo vendieron como tal. Además, supieron crear una imagen que les diferenció de la competencia.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

#### 1. ¿En qué crees que ha fallado la empresa?.

Parece que las socias de Guadalis han sido muy hábiles para emprender, pero se han encontrado sin fuerzas para mantener. Mantener no es más que seguir emprendiendo. Son pocas las empresas que siguen toda la vida haciendo exactamente lo mismo. Lo habitual es que las empresas evolucionen, y la empresa que no crece, mengua. A Guadalis le dejaron de vender arroz cargo.

- Quizás era esa la señal de que la empresa debía dar un paso más para crecer comprando ellas la maquinaria necesaria para producir ese arroz cargo. Con esa maquinaria habrían sido mucho más independientes.
- Quizás todo se habría solucionado siendo más hábiles en la negociación con los responsables de la cooperativa arrocera, llegando a cualquier otro acuerdo diferente con ellos.
- Quizás era ese el momento de encontrar otros proveedores, a los que se pudiera pagar en arroz blanco.

¿Crees que estas mujeres han fracasado?. **Equivocarse no es fracasar, es aprender para la próxima vez.**

Estas mujeres han sido un ejemplo para todo el pueblo, que durante años se han sentido muy orgullosos de “la cooperativa de las mujeres”, como así la llamaban.



## 2. EMPRENDER Y MANTENER

Hay muchas personas que disfrutan creando nuevas empresas, porque les parece un trabajo muy motivador. A lo largo de su vida pueden llegar a crear muchas empresas. Pero sucede, aunque parezca mentira, que algunas de esas personas no son capaces de mantener las empresas que han creado. Probablemente porque les falte motivación para ese otro trabajo.

### EMPRENDER

Cada día, en diferentes lugares del mundo, miles de ciudadanos anónimos depositan su esperanza, su ilusión y su talento en constituir un proyecto empresarial. Es un viaje de riesgo, incertidumbre y coraje que les llevará por el camino del aprendizaje, la experiencia, el desarrollo personal y profesional y quizás la consolidación de un sueño que se traduzca en crecimiento económico y reconocimiento por parte del mercado y de la opinión pública.

El diccionario de la Real Academia ofrece una bella definición de la voz “emprender”: “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Si nos quedamos con la condición “si encierran dificultad o peligro” concluimos que emprender no es nada fácil, es asumir un reto, apostar tiempo, energía, talento y recursos.

Para ser persona emprendedora hay que ser un poco loca. Sana pero arriesgadamente loca. En un entorno de tanta competencia a nivel mundial, sólo los que desean con toda su alma que su proyecto se haga realidad son capaces de jugársela, endeudarse, invertir, aprender de los errores y mejorar continuamente para servir mejor a sus clientes. Y también dotar de medios y posibilidades a las personas del equipo con el que quieren crecer e innovar.

Hoy no basta con tener una buena idea para triunfar, aunque sea la mejor idea del mundo. Hoy no basta con tener una buena idea para triunfar, aunque sea la mejor idea del mundo.

### MANTENER

Las creaciones exitosas necesitan mucho más que una idea brillante. Requieren perseverancia, voluntad, coraje, disciplina, rigor, humildad, vocación de diálogo y de escuchar al mercado, al proveedor, al equipo y a la sociedad.

Y una vez que la idea está en marcha el emprendedor debe crecer con ella, evolucionar con su proyecto cada día para que no se estanque. Para esto las habilidades técnicas no son garantía de éxito. La inteligencia emocional y psicológica es cada vez más importante. Saber delegar, rodearse de un equipo que comparta nuestra visión de la empresa y que trabaje feliz son otras claves para que el proyecto se mantenga en el tiempo. Mantener no es dejar de emprender. Es emprender de otra manera. Es consolidar, es emprender hacia abajo. Y son fundamentales la organización y las habilidades sociales y que el emprendedor no se pierda en el día a día para que pueda dedicarse al medio y largo plazo.

### EL BANCO DEL TIEMPO UN BANCO CON LOS MEJORES INTERESES

En un mundo donde la mano de obra es cada vez más cara y en el que todos estamos cada vez más ocupados, nos hemos encontrado con que nadie tiene tiempo libre para hacer las cosas que le gustan. Así surgen los Bancos del Tiempo. Los socios de este banco intercambian su bien máspreciado: El tiempo libre.

**¿Cómo funciona?** Se trata de dar nuestro tiempo a otra persona a cambio de que otra persona nos dé el suyo.

Los socios del Banco del Tiempo plantean qué están dispuestos a hacer para ayudar a otra persona y a cambio, reciben la colaboración de otro de los socios.

**Normas:** Los socios del Banco del Tiempo disponen de:

- **Cuenta del tiempo.** Se lleva el control de las horas que han dado y las que han recibido. La moneda de cambio es la hora, y ninguna tarea vale más que otra. No se pueden acumular más de 20 horas entre el tiempo que se da y el que se recibe. Un socio puede transferir a otro socio las horas que tiene a su disposición.
- **Talonario del tiempo.** Los cheques usados se envían al Banco del Tiempo.
- **Boletín de ofertas y demandas.** Cada 4 meses se elabora un boletín de ofertas y demandas de tiempo y los contactos. También se organizan reuniones para facilitar el intercambio de horas.

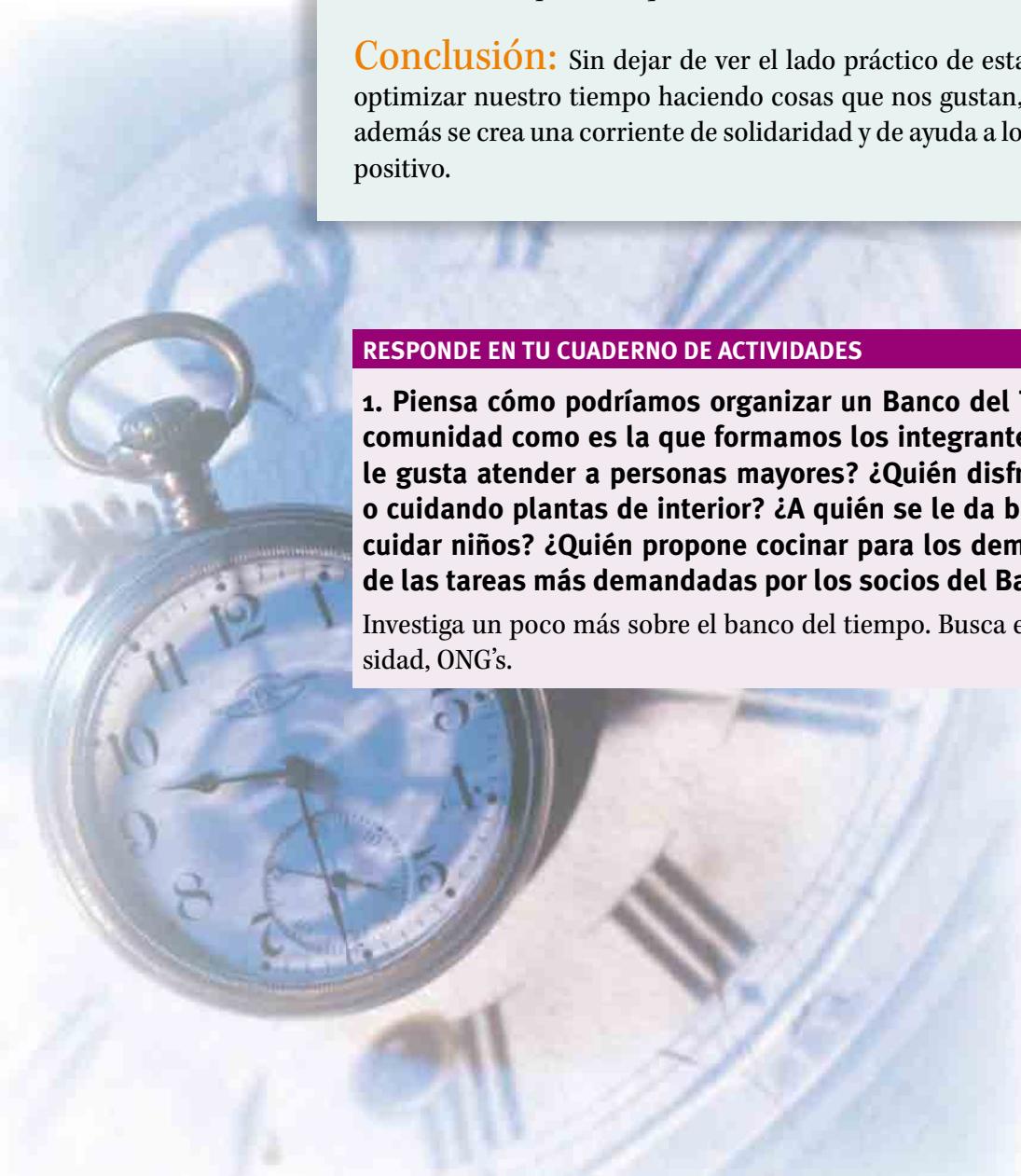
**Ejemplo:** En Sevilla funciona en la Universidad Hispalense desde el año 2004. También funciona en Ayuntamientos como el de Chipiona (Cádiz), Getafe (Madrid) y San Sebastián. Rosa Muñoz, Directora del SACU (Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria) es la persona que ha puesto en marcha esta iniciativa en la Universidad de Sevilla. Ella cree necesario que cada barrio tenga su propio Banco del Tiempo y, para ello, anima a las asociaciones vecinales a crearlas. Además, ya son muchos los políticos que se han interesado.

**Conclusión:** Sin dejar de ver el lado práctico de esta iniciativa, que es el de optimizar nuestro tiempo haciendo cosas que nos gustan, se ha comprobado que además se crea una corriente de solidaridad y de ayuda a los demás que es aún más positivo.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

1. Piensa cómo podríamos organizar un Banco del Tiempo en una pequeña comunidad como es la que formamos los integrantes de este aula. ¿A quién le gusta atender a personas mayores? ¿Quién disfruta arreglando jardines o cuidando plantas de interior? ¿A quién se le da bien cuidar mascotas? ¿Y cuidar niños? ¿Quién propone cocinar para los demás? Estos son ejemplos de las tareas más demandadas por los socios del Banco del Tiempo.

Investiga un poco más sobre el banco del tiempo. Busca en prensa, internet, Universidad, ONG's.



## TRAMITES ADMINISTRATIVOS

Este anexo nos familiarizará con los documentos que se manejan en cualquier empresa u organización. Seguramente, a lo largo de nuestra vida habéis visto muchos de ellos (albarán, factura, nota de pedido...)

Conocer y comprender el proceso administrativo de cualquier organización nos resultará muy útil no solamente a la hora de trabajar por cuenta propia sino también si lo hacemos por cuenta ajena.

Actualmente en el mercado se pueden comprar paquetes informáticos de diversos fabricantes para la gestión comercial. Casi todos se caracterizan por ser paquetes integrados, es decir, están constituidos por varios programas enlazados para realizar distintas gestiones (contabilidad, gestión de compras, facturación, nóminas, etc. Estos paquetes informáticos nos permiten una sencilla y rápida gestión y el manejo de gran cantidad de información.

Puedes encontrarte con dos tipos de aplicaciones informáticas:

- 1 De carácter general.
- 2 Hechas a medida.

Un buen programa de gestión comercial debe ser capaz de realizar todas las tareas implicadas en el ciclo de facturación, además de integrar otras de las tareas administrativas de la empresa, por tanto, su objetivo es facilitarnos el trabajo.

En cuanto a las funciones propias de la gestión comercial, destacamos:

- 1 La obtención de documentos.
- 2 La gestión de almacenes.
- 3 Control de operaciones.
- 4 Mantener la información actualizada.
- 5 Generar información estadística.

## 1. PROCESO ADMINISTRATIVO DE LA COMPROVENTA

Es el proceso comprendido desde que compramos las mercancías a nuestros proveedores para empezar a fabricar hasta que vendemos nuestra producción a nuestra clientela. Cada paso que vamos dando conlleva una serie de documentos que es preciso conocer y saber cumplimentar.

- 1 Aprovisionamiento ( ficha de proveedores).
- 2 Recepción del pedido (nota de pedido).
- 3 Entrega de las mercancías (albarán).
- 4 Compra-venta ( facturas).
- 5 Registro de las operaciones (libro de facturas emitidas, libro de facturas recibidas).
- 6 Archivo de operaciones.

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**1.Podemos realizar una pequeña investigación acerca de los diferentes programas de gestión que hay en el mercado, precios, funciones que realizan, grado de complejidad, nivel de asistencia y asesoramiento por parte de la empresa, etc.**

### 1.1. APROVISIONAMIENTO

Todas las empresas necesitan productos fabricados por otras compañías, se trata, en algunos casos, de materias primas y en otros casos, de otros bienes. Estas empresas que nos van a vender todo lo que nosotros/as necesitamos para desarrollar nuestra actividad se les denomina PROVEEDORES.

Cuando vayamos a adquirir bienes o servicios, daremos los siguientes pasos:

### **1.1.1. Búsqueda de proveedores**

Nos tomaremos nuestro tiempo para conocer al máximo el mercado de proveedores con el que podemos trabajar. Se trata de una tarea muy importante.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

##### **2. Piensa e intenta dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cómo buscamos a nuestros proveedores?.**

Algunas fuentes de información a las que podemos recurrir: Páginas amarillas, revistas técnicas especializadas, prensa de negocios, publicaciones de asociaciones de empresarios, visitas a polígonos industriales, internet, visitas al extranjero, visitas a ferias, consultando a otros empresarios/as de nuestro sector...

##### **3. Despues de buscar posibles proveedores, rellenamos la siguiente ficha:**

Nombre de la empresa	Dirección	Teléfono

### **1.1.2. Recabamos información sobre los proveedores**

Debemos encontrar respuestas a preguntas como: ¿Es un buen vendedor? ¿Es una buena empresa? ¿Es formal? ¿Tiene buenos precios?

Lo mejor para dar respuesta a estos interrogantes es visitar al proveedor así veremos su empresa, productos que ofrece, servicio técnico, forma de trabajar...

Después de llamar por teléfono y asegurarnos de que nos van a recibir, planificaremos una ruta y un horario de visitas a cada proveedor. Intentaremos en todo momento la mayor rentabilidad con el menor esfuerzo y gasto.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

##### **4. Planificando nuestra ruta:**

NUESTROS PROVEEDORES			
Fecha	Hora de la visita	Persona de contacto	Información de la empresa y de los productos

### 1.1.3. Hacemos una selección de proveedores y contactamos con ellos.

En función de la información recopilada tras las visitas, hacemos una selección de los más idóneos atendiendo a nuestras necesidades.

Una vez que tenemos una relación de proveedores seleccionados, empezaremos a contactar con cada uno de ellos para pedir presupuesto sobre los productos o los servicios que queremos adquirir. Cuando hablemos con ellos, debemos aclarar bien las condiciones de la compraventa.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 5. Reflejamos las condiciones de la compra:

NOMBRE DEL PROVEEDOR:

• CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS QUE VAMOS A ADQUIRIR:

• CANTIDAD:

• PRECIO:

• FORMA DE PAGO:

• LUGAR Y MOMENTO DE LA ENTREGA:

Para cada proveedor, llenaremos una ficha.

### 1.1.4. Valorando las ofertas.

Es la última fase del proceso de compra. Después con esta información podemos realizar las comparaciones que consideremos pertinentes en cuanto a las siguientes variables:

- 1 Precio
- 2 Calidad
- 3 Experiencia en el sector
- 4 Cumplimiento de plazos de entrega
- 5 Solvencia
- 6 Cercanía
- 7 Rapidez en la entrega
- 8 Forma de pago
- 9 Descuentos

### **1.1.5. Registro de los proveedores**

Llevaremos una ficha para cada proveedor donde iremos reflejando todas las compras que vayamos realizando.

Ejemplo de ficha:

● Nombre del proveedor:  
Cuenta contable:  
Domicilio:  
Localidad:  
Fax:  
CIF:

Nº de proveedor:

Teléfono:  
Correo electrónico:  
Saldo:

FECHA	CONCEPTO	DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR

A cada proveedor le corresponderá una cuenta contable (el número con el que se le da de alta en la contabilidad):

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

#### **6.Vamos a llenar la ficha de proveedor con los siguientes datos:**

José Ruiz Gallardo  
C/ Prosperidad, nº23- ALMERÍA  
Número de cuenta contable: 630  
Correo electrónico: jrg@yahoo.es  
CIF: 34568900 T

## 2. VENDEMOS NUESTROS PRODUCTOS ¿QUÉ DOCUMENTOS TENEMOS QUE CONOCER?

Cuando hablamos del proceso de compraventa de una empresa nos referimos a todo el proceso comprendido desde que un cliente solicita una determinada mercancía a la empresa hasta que es servida, entregada y pagada, incluyendo, así mismo, la contabilidad, registro y archivo de la documentación originada.

### 2.1. EL PEDIDO

Se puede decir que el proceso de venta, se inicia con el pedido y comprende las siguientes fases:

- Recepción del pedido.
- Envío o entrega de la mercancía al cliente.
- Confección de la factura y su posterior cobro.
- Registro y archivo de la operación.

#### 2.1.1. Recepción del pedido

Una vez el comprador y vendedor han llegado a un acuerdo, el comprador emite un pedido detallando la compra al vendedor.

Existen varias formas de recibir el pedido:

- Por teléfono.
- Fax.
- Carta comercial.
- Visitando personalmente al cliente.

Pero, ¿Cómo es una hoja de pedido? ¿Cómo se rellena? ¿Qué datos refleja?

Hay que decir, que el pedido, no sigue un modelo determinado, únicamente debe contener los datos necesarios que lo identifiquen con claridad.



**NOTA DE PEDIDO**

Fecha del pedido:

Proveedor:

Nº de pedido:

Lugar de entrega:

Forma de pago:

Código	Descripción del artículo	Cantidad	Precio /unidad	Total
Subtotal.....				0
	Pago de transporte	DTO.	IVA 16%	Importe Total

Fdo.: EL GERENTE

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**7. Rellena la nota de pedido con los siguientes datos:**

Solicitamos a la Empresa Verarte, S.L. con fecha 3/15/XX cuyo domicilio se encuentra en C/ Blanca flor nº 2- 29631 Arroyo de la Miel (Málaga), los siguientes artículos:

- Pantalones- ref.005c..... 15 unidades
- Camisetas -ref.007l..... 50 unidades
- Sudaderas- ref.045m..... 25 unidades
- Gorros- ref. 026f..... 10 unidades

El lugar de entrega será la dirección de vuestro centro educativo. La fecha de entrega se realizará dentro de 20 días y la forma de pago será al contado.

### 2.1.2. Envío y entrega de la mercancía

En el momento en que la mercancía ha llegado a su destino, el comprador comprueba que todo está correctamente y que coincide con el pedido solicitado. Éste también firma un documento a quien le hace la entrega expresando así su conformidad con la operación realizada. Tanto el comprador como el vendedor se quedan con una copia del documento aceptado. Por lo tanto, al hablar de envío o entrega de mercancías se origina el documento llamado albarán.

El albarán es un documento que sirve para justificar la salida de almacén. Generalmente se extiende por cuadriplicado, siendo una copia para la oficina, otra para el almacén, enviándose las otras dos con el género, debiendo devolver el cliente una copia firmada al vendedor quedándose la otra copia como justificante de que la mercancía ha sido recibida correctamente. El albarán, por tanto, lo expide el vendedor.

#### ALBARÁN

Nº ALBARÁN::

Cliente:

Fecha:

Medio de envío:

Nº de bultos:

Código	Descripción del artículo	Cantidad	Precio /unidad	Total
Subtotal.....				0
	Pago de transporte	DTO.	IVA	Importe Total

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

##### 8. Rellena un albarán con los siguientes datos:

La empresa Decoradores.com S.L con CIF 23.457.890-F y con domicilio en Sevilla c/Pantera nº4. realizó una venta de 5 mesas de despacho (REF. 54789 E) por importe de 300 euros cada una y 5 sillas ( ref. 54896 f) por importe de 220 euros cada una. La venta se realizó a la empresa Cercanía S.A.

La fecha de realización del albarán fue el 14 de abril y el número de albarán es el 67.

### **2.1.3. Confección de la factura**

Mientras que el albarán es un documento justificativo de la entrega de las mercancías, la factura es un documento acreditativo de que la operación ha sido realizada.

En la factura, el vendedor detalla toda la información que ha originado la operación de compraventa, indicado entre otras cosas, todos los géneros que se han vendido, el precio al que los ha vendido, los servicios que ha prestado a su cliente, etc.

La factura sigue el modelo de la figura siguiente y debe cumplir una serie de requisitos respecto al contenido.

Normalmente el vendedor hace una factura de todos los albaranes que han sido entregados en un determinado período de tiempo, en cuyo caso sí que es necesario que en cada albarán le indique el precio de la mercancía para que el cliente conozca el coste.

#### **FACTURA**

DATOS EXPEDIDOR:

DATOS DESTINATARIO:

FACTURA Nº:

FECHA:

Nº CLIENTE

Código	Descripción	Cantidad	Dto.	Precio	Importe

Base imponible:

IVA soportado:

IMPORTE TOTAL:

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES****9. Vamos a rellenar una ficha por cada cliente al que realicemos una venta:****NOMBRE CLIENTE:**

Cuenta contable:

Domicilio:

Localidad:

Teléfono:

Fax:

**Nº CLIENTE:**

Correo electrónico:

Saldo:

CIF::

Fecha	Concepto	Debe	Haber	Deudor	Acreedor

**2.1.3. Registro en el libro de facturas emitidas y recibidas****Libro de facturas emitidas y recibidas**

El Ministerio de Hacienda obliga a los empresarios a registrar en los libros adecuados las facturas que se originen en sus operaciones. Por lo tanto, cada vez que la empresa efectúe una venta de mercancías debe anotarlo en el libro de registro de facturas emitidas. Del mismo modo, cada vez que efectúe una compra debe anotarlo en el libro de registro de facturas recibidas.

Las facturas se numeran correlativamente en el libro de registro según se van recibiendo, anotándose una por una, reflejándose los siguientes conceptos:

- Número factura.
- Fecha factura.
- **Cliente/proveedor.** Se indica el nombre del cliente o el número que lo identifica en el caso de que se trate del libro de facturas emitidas. Se indica el nombre del proveedor o el número que lo identifica en el caso de que se trate del libro de facturas recibidas.
- **Base imponible.** Se indica el importe total de la compraventa.
- **Tipo tributario.** IVA repercutido al cliente o IVA soportado por el cliente.

*En el libro de facturas emitidas hablaremos de IVA repercutido al cliente.*

*En el libro de facturas recibidas hablaremos de IVA soportado por el cliente.*

- **Cuota.** Importe total a pagar por el cliente. Es la suma de la Base Imponible y el IVA repercutido o soportado.

**LIBRO DE REGISTRO DE FACTURAS RECIBIDAS**

Nº recepción	fecha factura	Proveedor	Base Imponible	% IVA	cuota IVA
230	15 junio	Semillas, S.L.	30000	7	2100
231	15 junio	Artículos López, S.A.	40000	7	2800
232	16 junio	Creciendo juntos S.A.	25000	16	4000
233	16 junio	Raíces, S.L.	10000	16	1600

**LIBRO DE REGISTRO DE FACTURAS EMITIDAS**

Nº recepción	fecha factura	Proveedor	Base Impo-nible	% IVA	cuota IVA
210	15 junio	Madera noble S.L.	800	16	128
211	18 junio	La tabla, S.L.	100	16	16
212	19 JUNIO	Admirarte. com, S.L.	3000	7	210

#### 2.1.4. Libros contables

Son aquéllos en los que se registran las operaciones comerciales en las que interviene la empresa, para saber en todo momento cuál es la situación económica y patrimonial. Los libros principales son los siguientes:

##### Libros principales:

- **Libro diario:** Día a día se registrarán en el diario todas las operaciones relativas a la actividad de la empresa.
- **Libro mayor:** Las anotaciones realizadas en el libro diario deben trasladarse al libro mayor.
- **Libro de inventarios y cuentas anuales.** Se abre con el balance inicial detallado de la empresa.

Estos libros deben llevarse de acuerdo a determinadas especificaciones establecidas en el Código de Comercio.

### Libros contables auxiliares:

Son aquéllos que sirven para desglosar de forma pormenorizada las operaciones que han sido reflejadas en los libros principales, destacan entre otros:

- **Libro de caja:** se utiliza para registrar todos los cobros y pagos realizados en efectivo.
- **Libro de bancos.**
- **Libro de almacén:** Se utiliza para el control de las existencias de diversos tipos que tenga la empresa.
- **Libro de efectos a cobrar:** Se anotan las letras que se giran para cobrar a los clientes y deudores.
- **Libro de efectos a pagar.** Se anotan los efectos a pagar a proveedores y acreedores.

También existen otros muchos libros auxiliares que se utilizarán según las necesidades de las empresas; entre otros, se pueden destacar los libros de pedidos, vencimientos, gastos, bancos, etc.

10. Libro de caja: Llevaremos un libro de caja para comprobar que el dinero que hay en caja efectivamente corresponde con la cantidad anotada en la columna de saldos.

#### **RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**10. Libro de Caja: Llevaremos un libro de caja para comprobar que el dinero que hay en caja efectivamente corresponde con la cantidad anotada en la columna de saldos.**

Fecha	Concepto	Ingresos	Pagos	Saldo

Nombraremos uno o varios encargados/as que irá registrando todos los pagos y cobros que se van realizando.

**LIBRO ALMACÉN:** Cuando la empresa recibe la mercancía en la tienda, ¿pondrá todas las unidades a la venta?, o por el contrario, ¿sólo pondrá unas pocas a la venta y el resto las guardará hasta que se agoten las disponibles en tienda?

Y, ¿dónde guardan el género que no tienen a la venta? Las existencias que no están expuestas a la vista del cliente están en el almacén.

Para valorar los productos almacenados se utiliza el criterio de precio de adquisición, o el precio de mercado si fuese inferior. El control se lleva en unos impresos denominados fichas de almacén utilizando una para cada artículo.

Como su nombre indica, estas fichas tienen el objetivo de controlar las existencias que entran, salen y se encuentran en el almacén indicando sus valoraciones.

### FICHA DE CONTROL DE MERCANCÍAS EN EL ALMACÉN

EMPRESA

CRITERIO

MERCANCÍA

PLAZO DE ENTREGA

REFERENCIA

PROVEEDOR

FECHA	PROVEEDOR	COMPRAS/VENTAS				VENTAS/SALIDAS				EXISTENCIAS		
		Nº Unid.	Precio unitario	Importe Total	Nº Unid.	Precio unitario	Importe Total	Nº Unid.	Precio unitario	Importe Total		

### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**11. Cumplimentar la ficha de almacén para cada producto que depositemos en nuestra empresa.**

#### 2.1.5. Archivo de la documentación

Ante esta necesidad de tener los documentos localizados y ordenados, con el fin de localizarlos rápidamente, las empresas hacen uso de los archivos.

**¿Qué es archivar un documento?**. Los documentos deben ser guardados ordenadamente y siguiendo algún criterio de clasificación.

**Clasificación de los archivos.** Los archivos de la oficina presentan dos formas principales de organización que responden a los conceptos de centralización y descentralización, entendiéndose, en el primer caso, que los documentos están concentrados en un lugar-archivo- desde donde se sirven los distintos departamentos; y, en el segundo, que los documentos se conservan en distintas secciones de la oficina y sólo después de un período de tiempo- cuando perdieron casi su vigencia de gestión, pasan al archivo depósito.

#### RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES

**12. Visitaremos la secretaría de nuestro Centro Educativo para que nos expliquen cómo tienen organizado el archivo de todos los documentos administrativos.**

**13. Entre todos, elegiremos un criterio de clasificación de los distintos documentos que se generen en nuestra empresa (cartas, informes, facturas, recibos, fax...)**

### 3. PAGAMOS NUESTRAS FACTURAS

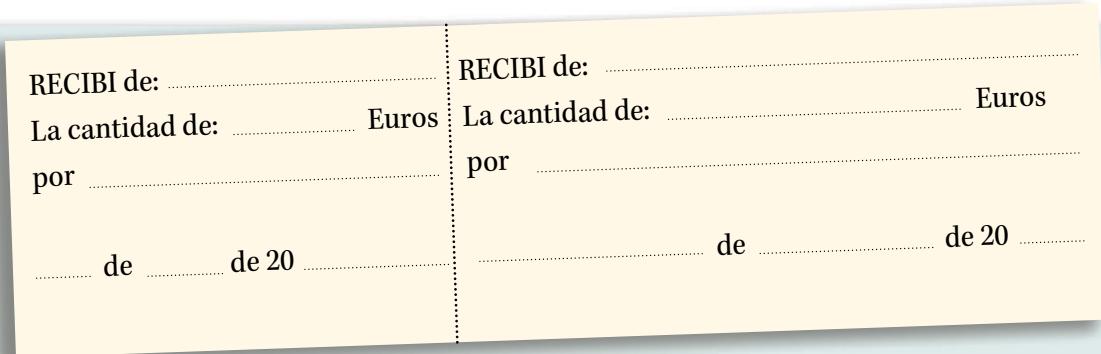
Debemos llevar un control de cada céntimo que entra y sale de nuestra empresa.

El momento del pago se establece por acuerdo entre las partes contratantes, distinguiéndose en este aspecto dos tipos de pago:

- 1 **Pago al contado:** El pago se produce cuando se reciben las mercancías.
- 2 **Pago aplazado o a crédito:** El pago se produce después de haber recibido las mercancías.
  - Pago documentado: Mediante la utilización de documentos distintos a las facturas (cheque, letra de cambio y recibo)
  - Pago no documentado: Mediante facturas

**Medios de cobro y de pago:**

1. **Cheque bancario y letra de cambio:** Documento cuyo contenido es una orden incondicional de pago de determinado importe y cantidad.
2. **Recibo:** Documento justificativo del pago de la mercancía. Pueden pagarse al contado o en una cuenta bancaria.



Los recibos deben extenderse en unos impresos destinados a este fin, que constan de recibo propiamente dicho y una matriz. El recibo se entrega firmado a la persona que paga y la matriz queda en poder de quien realiza el cobro, como justificante del mismo.

**RESPONDE EN TU CUADERNO DE ACTIVIDADES**

**14. Extenderemos un recibo por cada venta que realicemos.**

3. **Ingreso en cuenta corriente:** Medio de pago o cobro consistente en ingresar el importe del pago directamente en una cuenta bancaria de la que sea titular el acreedor o proveedor.

4. **Transferencia.** La cuenta bancaria del ordenante, o sea, de la que saldrán fondos, es la cuenta de cargo, mientras que la cuenta del beneficiario es la cuenta de abono.

Debes saber que la transferencia supone un coste para el deudor (persona que ordena el traspaso de fondos), ya que el banco cobra una comisión.

5. **Servicio de correo.** El servicio de correos facilita la realización de pagos y cobros a través de los denominados giros postales o telegráficos.

6. **Tarjeta bancaria.**

