

# “HACER y EMPRENDER”

MANUAL DEL PROFESORADO



Bizkaiko Foru  
Aldundia  
Diputación  
Foral de Bizkaia

**2008**  
berrikuntza urtea  
euskadi  
año de la innovación



# ÍNDICE

<b>1. Introducción al proyecto por etapas: Objetivos, metodología y fases del programa . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>2. Qué significa ser persona emprendedora . . . . .</b>	<b>7</b>
2.1. Conceptos básicos . . . . .	7
2.2. Perfil de la persona emprendedora . . . . .	9
2.2.1. Las competencias . . . . .	9
2.2.2. Trabajando las competencias . . . . .	11
1. Creatividad . . . . .	12
2. Trabajo en equipo . . . . .	17
3. Roles y liderazgo . . . . .	22
4. Comunicación . . . . .	28
5. Toma de decisiones . . . . .	35
6. Autoconfianza . . . . .	41
7. Resolución de conflictos . . . . .	45
8. Tolerancia a la frustración . . . . .	52
2.2.3. Nuestro perfil competencial . . . . .	54
<b>3. Proceso de creación de una empresa . . . . .</b>	<b>56</b>
3.1. La idea . . . . .	57
3.1.1. La idea como base del proyecto empresarial . . . . .	57
3.1.2. Métodos de generación de ideas . . . . .	57
3.2. Plan de marketing . . . . .	59
3.2.1. Definición del negocio . . . . .	59
3.2.2. El precio . . . . .	62
3.2.3. La distribución . . . . .	63
3.2.4. La publicidad . . . . .	64
3.3. Organización . . . . .	67
3.3.1. Organigrama . . . . .	67
3.3.2. Los contratos de trabajo . . . . .	68
3.3.3. Forma jurídica . . . . .	70
3.4. Plan financiero . . . . .	74
3.4.1. Plan de inversiones iniciales y financiación . . . . .	74
3.4.2. La cuenta de resultados . . . . .	76
3.4.3. Plan de tesorería . . . . .	77
3.4.4. El balance . . . . .	78
3.5. Presentación escrita del proyecto empresarial . . . . .	80
<b>ANEXO: . . . . .</b>	<b>82</b>
Estructura del mercado laboral . . . . .	83
— Mercado laboral hoy . . . . .	83
— Currículum vitae . . . . .	86
<b>REFERENCIAS . . . . .</b>	<b>89</b>
<b>PAGINAS WEB DE INTERÉS . . . . .</b>	<b>90</b>



## INTRODUCCIÓN AL PROYECTO POR ETAPAS: OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y FASES DEL PROGRAMA

Los sistemas educativos de varios países de la Unión Europea, se han interesado en que haya un acercamiento a la realidad sociolaboral por parte del alumnado y de que los/as estudiantes se preocupen cada vez más acerca de su futuro. En las líneas prioritarias de innovación educativa que establece el Gobierno Vasco para el periodo 2007-2010, ya se hace referencia a que el alumnado adquiera las competencias que necesita para desarrollarse como persona, como ciudadano/a y como profesional.

Este proyecto, por tanto, está orientado a que el alumnado adquiera de forma transversal competencias clave en valores que, actualmente están teniendo que utilizar en su vida cotidiana y que, así mismo, se están demandando en el mundo laboral, ya sea como trabajadores o trabajadoras por cuenta ajena, ya sea en el caso de que opten por crear su propio negocio.

Creemos que es importante que conozcan el entorno en el que están y en el que en un futuro más o menos próximo van a tener que buscar su desarrollo profesional. Se trata de tener la información necesaria y analizarla para, en base a ello, poder decidir lo que esté acorde con su perfil.

Se pretende que los contenidos del programa se integren en el currículo ordinario del alumnado de ESO y Bachillerato y que se busque el desarrollo de competencias clave: tolerancia a la frustración, toma de decisiones, resolución de conflictos, trabajo en equipo, liderazgo, creatividad, comunicación, etc.

Se trata de dar, por una parte, un concepto amplio de educación en actitudes y capacidades emprendedoras y por otra que comprendan los conceptos del proceso de creación de empresas a nivel básico.

Para lograr este objetivo se plantean distintas actividades por etapas evolutivas y/o de aprendizaje, entendiendo que no es lo mismo un/a alumno/a de 1º de la ESO que uno/a de bachiller.

En el caso de estudiantes de primer ciclo de la ESO se plantea que desarrollen a lo largo de todo el proceso un taller de inventos, idear un producto y/o servicio. Para el alumnado perteneciente al 2.º Ciclo de la ESO y bachillerato la elaboración de un plan de negocio.

### □ **Objetivos:**

- Posicionar a las alumnas y los alumnos en la actitud emprendedora promoviendo el pensamiento creativo
- Educar al alumnado en la toma de decisiones, así como en la aceptación de responsabilidades o en su delegación.
- Impulsar la autonomía personal, la confianza en sí mismos y la madurez, aceptando las propias limitaciones.
- Ofrecer información sobre los pasos a seguir en la creación de empresas.
- Conocer el entorno económico y empresarial de la zona y saber identificar las oportunidades.

- Incidir en un cambio cultural con respecto a valores y actitudes a través del espíritu crítico y potenciación de la iniciativa.

### Metodología:

Trabajaremos desde la base de una “enseñanza-guía de pensamiento crítico”, para que el alumnado, viéndose inmerso en situaciones ficticias que en el futuro pueden llegar a ser reales, aprendan por sí mismos a analizar los hechos y a sacar sus propias conclusiones, desenvolviéndose con seguridad en dichas situaciones. El papel del profesorado será el de motivar y asesorar al alumnado durante todo el proceso, como facilitador del mismo.

El manual está planificado para exponer la parte teórica y posteriormente plantear unas actividades que desarrollen la teoría y ayuden a interiorizarla.

### Fases del programa:

- Formación y asesoramiento durante todo el programa al Profesorado.
- Talleres de desarrollo de cualidades personales.
- Talleres de aprendizaje de principios empresariales básicos.
- Visitas a empresas (1 visita por centro).
- Charlas-coloquios con personas del mundo empresarial (1 charla por centro).
- El proyecto: aplicar el conocimiento desarrollando una práctica empresarial.
- El concurso: premiar la participación, reconocer el esfuerzo, motivar hacia el futuro.

### Materiales didácticos:

- Manual para el profesorado.
- Manual para el alumnado.
- Información para los padres y las madres.

## 2.1. CONCEPTOS BÁSICOS

El Gobierno Vasco en las líneas prioritarias de innovación educativa establece por competencia clave “una combinación de conocimientos, actitudes y destrezas para gestionar una determinada situación. Las “competencias clave” son las necesarias para conseguir la realización personal, la inclusión social, la ciudadanía activa, el empleo y el aprendizaje a lo largo de la vida: aprender a ser, aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a emprender.”

Tal y como aparece en las disposiciones generales del decreto 175/2007 del departamento de educación, universidades e investigación del Gobierno Vasco:

“...la sociedad actual requiere personas capaces de aplicar los conocimientos en contextos diversos, en condiciones de gran variabilidad y capaces de responder a los cambios de creatividad y disposición para la innovación. En este sentido, el desarrollo de competencias básicas va a permitir a los/las estudiantes integrar sus aprendizajes, poniéndolos en relación con distintos tipos de contenidos de manera efectiva cuando resulten necesarios y aplicarlos en diferentes situaciones y contextos...”.

Una de las competencias básicas es: **“Aprender a hacer y a emprender”, teniendo iniciativa para tomar decisiones y asumir responsabilidades, valorando el esfuerzo y la superación de las dificultades y practicando iniciativas emprendedoras en los diferentes ámbitos de la vida.**

Así mismo, en el Libro Verde de la Comisión de la Unión Europea, “El espíritu empresarial en Europa”, señala que : “El espíritu emprendedor es sobre todo una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad del individuo, independiente o dentro de una organización a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico...”. Forma parte del talante de las personas, de su bagaje de disposiciones a la hora de elegir y actuar, en el momento de crear o poner en funcionamiento una actividad, sea de índole económica, social, artística o ambiental, investigadora o educativa.

Se trata de una cualidad educable que caracterizará la manera de participar de cada persona en los procesos de toma de decisiones en una organización ya existente, en una empresa nueva o en un proyecto en formación.

La evidencia de que nuestro entorno ha ido cambiando con el imparable paso del tiempo, ha conllevado también cambios en la forma de comunicarnos, de interactuar con el medio y de producir. Por ello, es necesario que la persona sea capaz desde las edades más tempranas de adaptarse a dichas transformaciones y de defenderse adecuadamente en los diferentes aspectos de la vida.

Con todo ello, a pesar de que no hay un modelo único de personalidad, existen elementos comunes en relación al perfil de la persona emprendedora, que deben ser tenidos en cuenta para su desarrollo. Cada vez somos más conscientes de que hay que promover la cultura y el espíritu emprendedor y fomentar la creatividad y la innovación. El desarrollo de una actitud emprendedora se puede trabajar desde la infancia en los colegios y no sólo enfocado a quienes puedan optar a trabajar por cuenta propia sino como una actitud general, de gran utilidad en la vida cotidiana.

Tanto niñas y niños, como adolescentes viven el presente y por ello plantearles lo que van a hacer con su futuro profesional, lo perciben como algo ajeno a su realidad más inmediata. Es por lo tanto

un reto que vean que las competencias realmente ya las están utilizando, ya que ellos y ellas están continuamente tomando decisiones, resolviendo conflictos, comunicándose, etc. El tiempo libre y el grupo de iguales puede convertirse en un espacio privilegiado para desarrollar la creatividad, la autonomía, la solidaridad, la cooperación, etc.

Para lograr esta tarea se precisa trabajar desde las aptitudes hasta las actitudes de la siguiente forma:

- Provocar la autorreflexión en el alumnado para alcanzar el mayor conocimiento de uno/a mismo/a, sabiendo identificar los puntos fuertes y los débiles como persona.
- Ayudar a comprender la realidad social en la que se vive, a interactuar con ella, a saber comunicarse en distintos contextos expresando las propias ideas y escuchando las ajenas, y a ser capaces de elegir con criterio propio.
- Guiar en el desarrollo de una actitud optimista y entusiasta ante la realidad que nos envuelve, generando una curiosidad por el conocimiento, una creatividad en las pautas de conducta, una asunción y /o delegación de responsabilidades, una seguridad en la toma de decisiones y unas estrategias para la superación de dificultades.
- Desarrollar áreas de la personalidad tan claves como la empatía y la asertividad, fabricando las bases de personas participativas, con capacidad de trabajar en equipo y de cooperar sobre la base de un comportamiento respetuoso con uno/a mismo/a y con el entorno.

**A los/as alumnos/as se les pide para empezar, que respondan individualmente a las siguientes cuestiones y luego, trabajando en grupo intenten llegar a una definición:**

- 1. ¿Qué es emprender para ti?**
- 2. Nuestra definición de emprender es...**

**Por tanto, como podéis ver, una persona emprendedora...**

- **Posee iniciativa para tomar decisiones y asumir responsabilidades, valorando el esfuerzo y la superación de las dificultades.**
- **Identifica una oportunidad y lucha por ella, actuando en el momento de crear o poner en funcionamiento una actividad.**
- **Se adapta a los cambios y transformaciones que conlleva el paso del tiempo, defendiéndose adecuadamente en los diferentes aspectos de la vida.**
- **Es creativa, innovadora y original.**
- **Sabe explicar sus propias ideas y escuchar las de los demás, siendo capaz de elegir con criterio propio.**

## 2.2. PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

### 2.2.1. LAS COMPETENCIAS

De acuerdo con el modelo de trabajo por competencias en el que se basará todo el itinerario formativo, la competencia profesional se define como un conjunto integrado y complejo de conocimientos, capacidades, habilidades, destrezas y comportamientos laborales que se ponen en juego en la ejecución de una determinada actividad laboral.

El concepto de competencia empezó a utilizarse en el contexto de la empresa a partir de McClelland (1973), quien lo utilizó para demostrar que los test de inteligencia no eran la única manera de garantizar el éxito.

Desde entonces hasta ahora, el concepto de competencia se ha ido delimitando hasta llegar a designar las competencias como aquellos comportamientos observables que contribuyen al éxito de una tarea o de la misión de un puesto (Woodruffe, 1993).

Las **competencias** están formadas por:

- Los **saberes**: conjunto de conocimientos generales o especializados que es importante poseer.
- El **saber hacer**: dominio de herramientas, técnicas y métodos de trabajo cuya utilización es necesaria para ejecutarlo correctamente.
- Las **actitudes sociales**: capacidades, actitudes y conductas, las formas deseables de actuar e interactuar.
- Las **aptitudes de aprendizaje**: capacidad de aprendizaje y adquisición de nuevos conocimientos. Nos permite adaptarnos a los cambios.

Las competencias más valoradas por las organizaciones dependerán del puesto de trabajo del que estamos tratando, por ello no se valorará de igual forma una competencia relacional, para trabajos que deben realizarse de forma individual que para trabajos que tengan que desarrollarse de forma conjunta con otras personas o que tengan trato con el público.

Cada vez toman más importancia estos aspectos en el mercado laboral, de forma que hay que saber cuáles son específicos e imprescindibles para determinados puestos, y cuáles se valoran de forma general, independientemente del trabajo a desarrollar.

Decimos que una persona profesional es competente o posee competencia profesional, cuando utiliza los conocimientos y destrezas que ha aprendido en su formación. Además, aplica esos conocimientos a diversas situaciones profesionales y los adapta en función de los requerimientos de su trabajo.

Pero no basta con eso. Para ser verdaderamente competente debe ser capaz de relacionarse y participar con sus compañeros y compañeras en las acciones de equipo necesarias para su tarea.

Y además debe ser capaz de resolver problemas de forma autónoma y flexible, y de colaborar en la organización del trabajo.

En la propuesta de recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente, se entiende por competencia clave “una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes adecuadas al contexto. Las competencias clave son aquellas que todas las personas precisan para su realización y desarrollo personales, así como para la ciudadanía activa, la inclusión social y el empleo”. La definición de la competencia clave “sentido de la iniciativa y espíritu de empresa” es:

*“Por sentido de la iniciativa y espíritu de empresa se entiende la habilidad de la persona para transformar las ideas en actos. Está relacionado con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. En esta competencia se apoyan todas las personas, no sólo en la vida cotidiana, en casa y en la sociedad, sino también en el lugar de trabajo, al ser conscientes del contexto en que se desarrolla su trabajo y ser capaces de aprovechar las oportunidades, y es el cimiento de otras capacidades y conocimientos más específicos que precisan las personas que establecen o contribuyen a una actividad social o comercial (...)”.*

A continuación detallamos las competencias que consideramos fundamentales a la hora de definir y trabajar el perfil emprendedor. Son algunas de estas competencias las que vamos a trabajar:

<b>COMPETENCIAS DE GESTION</b>	<b>COMPETENCIAS SOCIALES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Resolución de conflictos</li><li>• Toma de decisiones</li><li>• Planificación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Roles y liderazgo</li><li>• Trabajo en equipo</li><li>• Comunicación</li></ul>
<b>COMPETENCIAS PERSONALES Y EMOCIONALES</b>	<b>COMPETENCIAS EMPRESARIALES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pensamiento crítico</li><li>• Autoconfianza</li><li>• Compromiso</li><li>• Tolerancia a la frustración</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creatividad</li><li>• Iniciativa</li><li>• Valoración y asunción de riesgos</li></ul>

## 2.2.2. TRABAJANDO LAS COMPETENCIAS

### OBJETIVO

Desarrollar competencias de gestión, personales, sociales y empresariales, enfocadas a nivel profesional y personal.

### CONCEPTOS

Vamos a trabajar ocho competencias que consideramos clave :

- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Roles y liderazgo
- Comunicación
- Toma de decisiones
- Autoconfianza
- Resolución de conflictos
- Tolerancia a la frustración

### PROCEDIMIENTO

- Adquisición de estrategias para desarrollar la creatividad planteando actividades y ejercicios que les hacen fomentar la imaginación y ver las cosas desde otro punto de vista.
- Desarrollo de hábitos de participación en grupos de trabajo, de comunicar sus propias ideas y sentimientos.
- Adquisición de estrategias de resolución de conflictos (juego de roles, dinámicas de grupos).
- Desarrollo de las competencias mediante actividades y ejercicios dependiendo de la edad del alumnado. De esta forma se plantean por un lado actividades para 1.º ciclo de ESO y por otra actividades para 2.º ciclo de ESO y Bachillerato.

## COMPETENCIA 1

### CREATIVIDAD

La creatividad es la capacidad para generar ideas y soluciones novedosas y útiles a los desafíos y problemas cotidianos.

Es sin duda, una de las competencias más importantes a la hora de hablar de cultura emprendedora. Está ligada al cambio, a la originalidad, a crear cosas nuevas o a verlas desde otro punto de vista.

Denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación, pensamiento divergente... pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Los tres grandes sentidos del concepto son:

- Acto de inventar cosas nuevas (ingenio).
- Capacidad de encontrar soluciones originales.
- Voluntad de modificar o transformar el mundo.

Normalmente en nuestra cultura y en la empresa no se ha favorecido, esta competen-



cia ya que implica en cierta medida romper las reglas y atreverse a cometer errores. Se nos enseña a pensar de una manera lógica, lineal.

Tenemos miedo de no cumplir con lo que “la sociedad” espera de nosotros/as, y surge una “vocecita” boicoteadora que se dedica a limitar nuestra motivación y nuestras acciones, nos dice que es mejor que dejemos las cosas como están.

Es importante cambiar de actitud en este sentido, porque emprender significa asumir riesgos, desafiar la lógica habitual y por lo tanto, atreverse a cometer errores.

Hay que superar el temor al fracaso, ya que suele ser uno de los bloqueos más habituales a la hora de desarrollar la creatividad.

## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 1

Actividad 1 y 2: **SOLUCIÓN CREATIVA DE UN PROBLEMA**

Actividad 3: **EJERCICIOS PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD**

1.º CICLO DE LA ESO. ACTIVIDAD 1 y 3

2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO. ACTIVIDAD 2 y 3



## Actividad 1: SOLUCIÓN CREATIVA DE UN PROBLEMA

### OBJETIVOS

- Estimular la **creatividad** a nivel individual y grupal.
- Observar **actitudes grupales** en la solución de un problema.
- Explorar **influencias interpersonales** en la solución de un problema.

#### EDAD:

1.º CICLO DE LA ESO

#### TIEMPO:

Duración: 50 minutos

#### MATERIAL:

Papel y lápiz para cada participante.

#### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

Organizar en subgrupos de 7-9 personas

### DESARROLLO

El/la profesor/a aclara que se trata de la solución creativa de un problema, para lo cual debe procurarse consenso. Todos/as deberán prestar atención sobre el proceso de discusión, pues al final será analizado por el grupo.

“En la plaza del pueblo hay una roca. El alcalde desea eliminar la roca, pero es enorme. Arrastrarla costaría muchísimos millones y romperla con dinamita para luego arrastrar los pedazos aunque abarata algo el proceso, sigue siendo caro y tiene el peligro de que las explosiones dañen los edificios de la plaza.”

¿Qué podemos hacer?

#### **Solución**

Excavar un agujero, empujar la roca y enterrarla y llevarse la tierra.

Esa es una de las opciones pero no la única.

Después de quince minutos, el/la profesor/a pide a los subgrupos la solución encontrada. Mientras todos/as no hayan encontrado la solución, se puede continuar el trabajo; los subgrupos que terminaron quedan como observadores, sin interferir en los debates del resto del alumnado.

A continuación, se junta a toda la clase para comentar el comportamiento de los miembros en el grupo de discusión, enfocando las actitudes de:

- a) Los/as que participaron poco;
- b) Los/as que difícilmente aceptaron ideas de los demás;
- c) Los/as que demostraron nerviosismo o inseguridad durante el debate;
- d) Los/as que asumieron el rol de líderes.

## Actividad 2: SOLUCIÓN CREATIVA DE UN PROBLEMA

### OBJETIVOS

- Estimular la **creatividad** individual y del grupo.
- Observar **actitudes grupales** en la solución de un problema.
- Explorar **influencias interpersonales** en la solución de un problema.

**EDAD:**  
2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO

**TIEMPO:**  
Duración: 50 minutos

**MATERIAL:**  
Papel y lápiz para cada participante.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO  
Organizar en subgrupos de 7-9 personas

### DESARROLLO

El/la profesor/a aclara que se trata de la solución creativa de un problema, para lo cual debe procurarse consenso. Todos y todas deberán prestar atención sobre el proceso de discusión, pues al final será analizado por el grupo.

A continuación, el/la profesor/a expone el problema que debe ser solucionado por los subgrupos, durante quince minutos:

“Al llegar Ana en su automóvil a la casa de un amigo, se asustó al ver un enorme perro con cara de pocos amigos. Por fortuna para Ana el perro estaba encadenado a un árbol, y cuando advirtió su presencia, Ana ya estaba fuera de su alcance.

Pero Ana no encontró a nadie en la casa, y al querer entrar al automóvil el perro la amenazaba desde el coche. La cadena era larga y le permitía llegar hasta ambas puertas del vehículo. No había por allí un palo o cosa parecida, ni Ana tenía ánimos de enfrentarse al animal”.

¿Cómo entro Ana al coche sin que el animal pudiera tocarle?

#### **Solución**

Se puso a caminar lentamente alrededor del árbol. El perro, al seguirle, fue enredando la cadena.

Después de quince minutos, el/la profesor/a pide a los subgrupos la solución encontrada y solicita que expliquen el procedimiento usado para llegar a la conclusión.

Mientras todos y todas no hayan encontrado la solución, se puede continuar el trabajo; los subgrupos que terminaron se quedan observando, sin interferir en los debates del resto de la clase.

A continuación, se forma el plenario para comentar sobre el comportamiento de los/las integrantes en el grupo de discusión, enfocando las actitudes de:

- a) Los/las que participaron poco;
- b) Los/las que difícilmente aceptaron ideas de los demás;
- c) Los/las que demostraron nerviosismo e inseguridad durante el debate;
- d) Los/las que asumieron el rol de líderes.

### Actividad 3: EJERCICIOS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD

#### OBJETIVOS

- Estimular la **creatividad** individual y del grupo.
- Observar **actitudes grupales** en la solución de un problema.

**EDAD:**  
TODOS/AS

**TIEMPO:**  
Duración: 60 minutos aprox.

**MATERIAL:**  
NINGUNO

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO

#### DESARROLLO

##### 1. EN QUE SE PARECEN...?

- Un bocadillo de chorizo a un bolígrafo azul
- Un calendario a una moto
- Una casa de campo a un reloj
- Un pijama de verano a un plato de paella
- Un pintalabios a un mantecado
- Un cepillo de dientes a un ordenador

##### 2. COMO SERÁN EN EL FUTURO...?

- Las casas
- La comida
- Los coches
- Los viajes

##### 3. DIBUJA...

Es aconsejable, aunque no obligatorio, que tengan lápices de colores

- La sorpresa
- La alegría
- El miedo
- El enfado

## COMPETENCIA 2

### TRABAJO EN EQUIPO

Un equipo es un conjunto de personas con funciones diferentes y complementarias, unidas por fines comunes y con un firme sentimiento de pertenencia al equipo y conciencia de sus deberes respecto al mismo.

Una de las condiciones de trabajo que más influye en los y las trabajadores y trabajadoras de forma positiva es aquella que permite que haya compañerismo y trabajo en equipo en la empresa donde preste sus servicios, porque el trabajo en equipo puede dar muy buenos resultados; ya que normalmente estimula el entusiasmo para que salgan bien las tareas encomendadas.

En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los integrantes del grupo.

Dos conceptos importantes de aclarar: equipo de trabajo y trabajo en equipo.

**El equipo de trabajo** es el conjunto de personas asignadas o auto asignadas, de acuerdo a habilidades y competencias específicas, para cumplir una determinada meta bajo la conducción de un/a coordinador/a.

**El trabajo en equipo** se refiere a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas.

Un conjunto de personas trabajando juntas constituye un equipo de trabajo cuando, además de la interdependencia existente entre sus funciones, consigue ser más creativo y productivo que si sus integrantes funcionaran individualmente.

Para poder alcanzar altos niveles de eficacia, el trabajo debe sustentarse en tres factores básicos:

- La existencia de un propósito común.



- La cooperación entre las personas implicadas.
- Habilidades y medios de comunicación eficaces.

Los equipos de trabajo eficaces presentan las siguientes **características**:

- Los integrantes se comprenden y aceptan mutuamente.
- La comunicación es abierta.
- Los integrantes se sienten responsables de la marcha del equipo.
- La relación establecida es de cooperación.
- Los problemas y conflictos se afrontan y resuelven de forma constructiva.

La base de un equipo de trabajo es el compromiso, la confianza y la responsabilidad.

Un buen ejemplo de trabajo en equipo es una banda de música. Cada integrante de la banda, toma el turno improvisando un sólo, respaldado por los demás músicos/as que le acompañarán automáticamente adaptando su actuación a la inspiración de el/la protagonista.

ta. Ese/a solista tendrá que retirarse para dar protagonismo a otro/a músico/a.

La confianza que nace de la unión de la banda donde todos/as se funden sin por ello perder su personalidad y especificidad es un elemento adquirido a nivel de grupo. Sólo puede nacer, cuando cada persona adopta la estrategia “yo gano/tu ganas”.

### Ventajas de trabajar en equipo:

- Mayor nivel de productividad a nivel grupal e individual.
- Sistemas de comunicación e información más eficaces.
- Mayor nivel de compromiso con los objetivos.
- Mejora del clima laboral.
- Afronta con mayor éxito tareas complejas.
- Facilita la dirección, control y supervisión del trabajo.
- Facilita la integración de las nuevas personas en la organización.
- Facilita la coordinación entre los integrantes del equipo y entre éste y los restantes grupos de la organización.
- Satisface la necesidad de afiliación.
- Aumenta la seguridad personal.
- Facilita el desarrollo personal y/o profesional.
- Estimula la creatividad.

### Desventajas de trabajar en equipo:

- Consume más tiempo.

- Una persona puede controlar y manipular al resto de los componentes.
- Pueden desarrollarse objetivos, normas y valores contrarios a los definidos por la organización.
- Menor productividad del grupo a la que tendría la suma de los esfuerzos de cada integrante.
- Rechazo o menosprecio hacia determinados integrantes del equipo.

### LAS CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO EFICAZ

1. Claridad de objetivos: es el punto de referencia hacia el que todos los integrantes deben dirigir sus esfuerzos.
2. Claridad de funciones: cada uno de los integrantes del equipo debe ser capaz de explicar: como contribuye su trabajo y el de los restantes integrantes del equipo al objetivo común.
3. Competencia técnica: los integrantes del equipo deben estar capacitados/as para el trabajo asignado.
4. Comunicación: los integrantes del equipo se deben sentir libres para expresar sus opiniones y sentimientos.
5. Sistemas de solución de problemas y conflictos
6. Potenciar la cooperación sobre la competencia.
7. Sentido de pertenencia: los integrantes del equipo muestran orgullo y satisfacción por pertenecer al grupo.

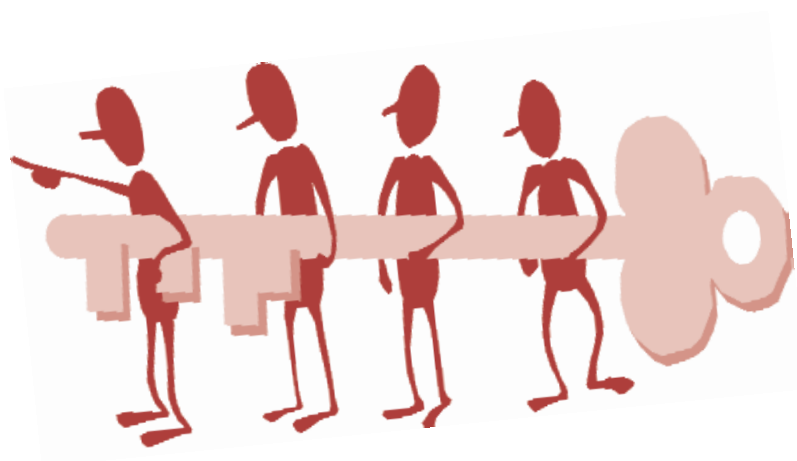
## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 2

1.º CICLO DE LA ESO

Actividad 4: **LA PERSONA TRABAJADORA: LA IDEAL Y LA INDESEABLE**

2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO

Actividad 5: **PANTOMIMAS BREVES**



#### Actividad 4: LA PERSONA TRABAJADORA: LA IDEAL Y LA INDESEABLE

##### OBJETIVOS

- Tomar conciencia de la importancia del **trabajo en equipo**.
- Observar **actitudes grupales** en la solución de un problema.
- Explorar **influencias interpersonales** en la solución de un problema

##### EDAD:

1.º CICLO DE LA ESO

##### TIEMPO:

Duración: 30 minutos

##### MATERIAL:

Papel y lápiz para cada participante.

##### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

Dividido en subgrupos de 7-9 participantes

##### DESARROLLO

- El/la profesor/a solicita a los/las participantes que se junten en subgrupos, los cuales deberán estar compuestos por el mismo número de personas.
- El/la profesor/a explica que cada subgrupo tiene que llegar por consenso a la elaboración de un listado con las 7 características que tiene que tener la persona trabajadora ideal y 7 características de la persona trabajadora indeseable.
- Una vez que cada subgrupo llegue a un acuerdo, se pone en común con el resto de los subgrupos. Cada uno explica el porqué de esas características en concreto, y cómo se han puesto de acuerdo.

## Actividad 5: PANTOMIMAS BREVES

### OBJETIVOS

- Experimentar el **trabajo en equipo** y la necesidad de adaptarse a las demás personas para poder cumplir una tarea
- Observar **actitudes grupales** en la solución de un problema
- Explorar **influencias interpersonales** en la solución de un problema

**EDAD:**  
2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO

**TIEMPO:**  
Duración: 50- 60 minutos

**MATERIAL:**  
Papel y lápiz para cada participante.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO  
Subgrupos de 5

### DESARROLLO

- El/la profesor/a pide al alumnado que cada uno/a invente en secreto su propio personaje (nombre, profesión y motivación en la vida) y lo escriba en un papel. Debe ser un personaje lo más diferente posible a su personalidad.
- El/la profesor/a divide la clase aleatoriamente en subgrupos de 5 componentes cada uno.
- Les explica que en cada uno de los subgrupos se deben presentar sus componentes unos/as a otros/as con sus personalidades ficticias y posteriormente preparar una breve pantomima donde los personajes son las cinco personalidades ficticias que se han inventado. Tienen veinte minutos para preparar la representación.
- Cada subgrupo representa su obra de cinco minutos ante el resto.

## COMPETENCIA 3

### ROLES Y LIDERAZGO

El liderazgo se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo.

Ahora bien, las clasificaciones que se realizan del liderazgo corresponden a las características de las personas que lo ejercen o han adquirido la facultad de dirigir.

El hecho de ser jefe, no necesariamente implica que se sea líder.

Uno de los objetivos claros del liderazgo sería crear y consolidar redes de trabajo entre personas para la consecución de proyectos.

#### La persona líder...:

- es una comunicadora nata
- sabe ejercer su influencia en las demás personas
- sabe motivar
- fomenta las relaciones en su equipo
- posee estilo propio para resolver conflictos
- sabe delegar poder para ganar poder

- planifica y organiza el tiempo de sus colaboradores/as

- crea sinergia para la cohesión del equipo

■ Líder es quien tiene la misión, entre otras, de mantener a su equipo **motivado**, y quien debe mantener a la gente de su equipo con un alto grado de concentración en el trabajo y con los objetivos muy claros.

■ Cuando las personas son dirigidas por alguien que conoce lo que les resulta importante, es casi seguro que trabajarán confiados en sus decisiones.

#### ESTILOS DE LIDERAZGO:

1. **Autocrático o autoritario:** entiende el poder como una forma de ejercer su influencia. La comunicación es en un solo sentido.
2. **Participativo o democrático:** comparte el poder y tiene mas consideración con la personas que trabajan con el/ella. La comunicación es en dos direcciones.
3. **Liderazgo liberal o “laissez faire”:** el líder adopta un papel pasivo, abandona el poder en manos del grupo. En ningún momento juzga ni evalúa las aportaciones del resto de los integrantes del grupo. Gozan de total libertad y cuentan con el apoyo del/la líder sólo si se lo solicitan.

## ROLES QUE SE PUEDEN OBSERVAR EN GRUPO

### La persona que...:

1. Intenta proponer soluciones, exponer ideas nuevas
2. Demanda información
3. Manifiesta su opinión
4. Resume, concentra ideas y propuestas.
5. Anima y acepta las aportaciones de las demás personas
6. Mantiene límites e intenta facilitar a otros integrantes del grupo su participación
7. Establece reglas
8. Obedece y sigue las decisiones del grupo
9. Tiene comportamiento agresivo y trabaja para el propio beneficio
10. Bloquea y estorba el desarrollo del grupo desviándolo hacia otros temas sin importancia
11. Llama la atención e intenta atraer hacia sí toda la atención.
12. No participa
13. Introduce propuestas relacionadas con su interés particular.

Según favorezca o no al desarrollo del grupo y a la consecución de los objetivos, podemos hablar de **ROLES POSITIVOS** (estimulan y favorecen) y de **ROLES NEGATIVOS** (obstaculizan).

## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 3

1.º CICLO DE LA ESO

Actividad 6: **¿QUIÉN ES LÍDER?**

2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO

Actividad 7: **CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA LÍDER**



## Actividad 6: ¿QUIÉN ES LÍDER?

### OBJETIVOS

- Explorar los valores que caracterizan a un/a líder.
- Comparar los resultados de una decisión individual con los derivados de una decisión grupal.

**EDAD:**  
1.º CICLO DE LA ESO

**TIEMPO:**  
Duración: 60 minutos

**MATERIAL:**  
Papel y lápiz para cada participante.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO

### DESARROLLO

- El/la profesor/a organiza la clase en subgrupos y les explica que en cada subgrupo tiene que haber una persona que intente convencerles de que le dejen organizar la fiesta de fin de curso.
- Tras finalizar cada una de las intervenciones los subgrupos comentan qué les ha parecido.
- El/la profesor/a expone como conclusión final las características de un/a buen/a líder y del liderazgo.

## Actividad 7: **CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA LÍDER**

### OBJETIVOS

- Explorar los valores que caracterizan a una persona líder.
- Comparar los resultados de una decisión individual con los derivados de una decisión grupal.

**EDAD:**  
2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO

**TIEMPO:**  
Duración: 60 minutos

**MATERIAL:**  
Una copia de “Las características de una persona líder”.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO

### DESARROLLO

- El/la profesor/a, en caso de que el número de participantes fuera mayor de doce personas formará subgrupos para facilitar el trabajo: distribuirá a cada persona una copia de las características de una persona líder.
- A continuación, todos y todas procurarán tomar una decisión individual, siguiendo las instrucciones que se encuentran en la hoja que todos/as recibieron.
- Durante aproximadamente diez minutos todos/as procurarán hacer la selección de las características, colocándolas en orden de prioridad.
- Una vez terminado el trabajo individual, el profesorado determina que se haga una decisión grupal. En cada subgrupo se elegirá un/a representante a quien corresponderá anotar la decisión del grupo, para luego exponerla en el aula. Durante aproximadamente treinta minutos se procesa entonces la discusión grupal, en torno de la clasificación de las características de un/a líder.
- En una decisión final, todos/as los/as representantes de los subgrupos presentan al aula el resultado de la decisión grupal.

## HOJA DE TRABAJO

### LISTA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA LÍDER

#### Instrucciones:

Abajo hay una lista de doce características de un/a líder. Su trabajo será enumerar esas características, colocando el n.º 1 en aquella que a su entender, es más importante, el n.º 2 en la segunda característica más importante, hasta el n.º 12, en aquella que a tu criterio es la menos importante para una persona líder.

Características:	Individual	Grupal
A. Mantiene el orden durante todo el tiempo de la reunión.		
B. Es amistosa y sociable.		
C. Tiene ideas nuevas e interesantes; es creativa.		
D. Sabe escuchar y procura comprender a las demás personas.		
E. Es firme y decidida, no duda.		
F. Admite abiertamente sus errores.		
G. Procura hacer entender a todo/as.		
H. Promueve oportunidades para que todas las personas ayuden en la solución de los problemas.		
I. Sabe elogiar con frecuencia y raras veces hace críticas negativas.		
J. Le gusta conciliar.		
K. Sigue rigurosamente las reglas y los procedimientos.		
L. Nunca manifiesta rencor o insatisfacción.		

## COMPETENCIA 4

### COMUNICACIÓN

*“Para comunicarse de forma efectiva, debemos darnos cuenta de que cada persona percibe el mundo de diferente manera y debemos utilizar ese conocimiento como guía para comunicarnos con el resto de las personas”.*

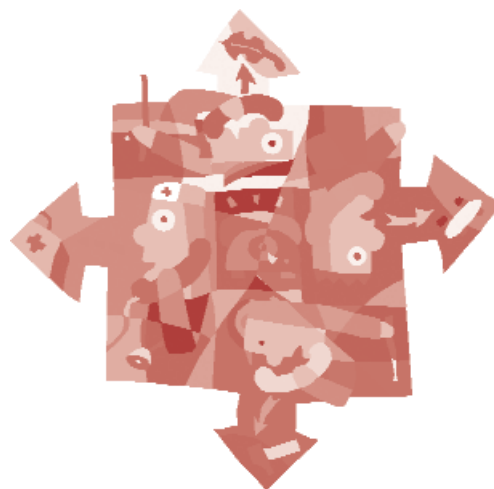
Anthony Robbin.

Comunicamos sentimientos, pensamientos, percepciones, insinuaciones. Se comunica con la palabra hablada y escrita, pero también con los gestos, el cuerpo, el tono de voz, las actitudes, las conductas. Todo lo que puede ser percibido por otra persona y contiene un mensaje.

La comunicación **no verbal** está comprendida por multitud de factores: la expresión facial, la mirada, la postura, los gestos con la manos, la proximidad espacial entre los interlocutores, el contacto físico, las claves vocales (el tono, volumen, claridad, velocidad, el balbuceo y las muletillas, afectan al significado de lo que se dice), etc.

Respecto a la comunicación **escrita**, según la información que se pretende transmitir, en las organizaciones existen diferentes tipos de documentos. Los más habituales son: Contrato de trabajo, cartas, e-mails, informes, folletos, periódico de empresa, tablón de anuncios, carteles, etc.

La comunicación escrita en el mundo laboral es importante debido al gran número de infor-



maciones, órdenes y peticiones que conviene que sean registradas por escrito, como condiciones de trabajo, comunicación de sanciones, solicitud de permisos...

Todo documento escrito debe reunir las siguientes condiciones:

- **Claridad:** debe ser sencillo dando lugar a una única interpretación.
- El **contenido** debe estar agrupado mediante orden temático o cronológico.
- **Brevedad:** debemos ser concisos situándonos en el lugar del receptor. No hay que abusar de los ejemplos. Es conveniente emplear palabras y frases cortas.

A continuación vemos las ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita:

	<b>COMUNICACIÓN ORAL</b>	<b>COMUNICACIÓN ESCRITA</b>
<b>VENTAJAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transmisión rápida</li><li>• Transmisión flexible</li><li>• El emisor/a controla el momento y el lugar</li><li>• Permite una respuesta inmediata</li><li>• Permite la ayuda de las señales no verbales (cara a cara)</li><li>• Más personal (cara a cara)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existe un registro del mensaje</li><li>• Permite al receptor/a repetir el mensaje hasta su total comprensión</li><li>• Adecuada para mensajes largos y complejos</li><li>• Permite al receptor/a asimilar el mensaje a su propio ritmo</li></ul>
<b>DESVENTAJAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se puede olvidar</li><li>• No existe registro</li><li>• Si el mensaje es complejo o largo, se puede perder</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Requiere más tiempo</li><li>• Impersonal</li><li>• No se obtiene una respuesta inmediata</li></ul>

## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 4

1.º CICLO DE LA ESO

Ejercicio: **EL ECLIPSE DE SOL**

Actividad 8: **EL TELÉFONO ESTROPEADO**

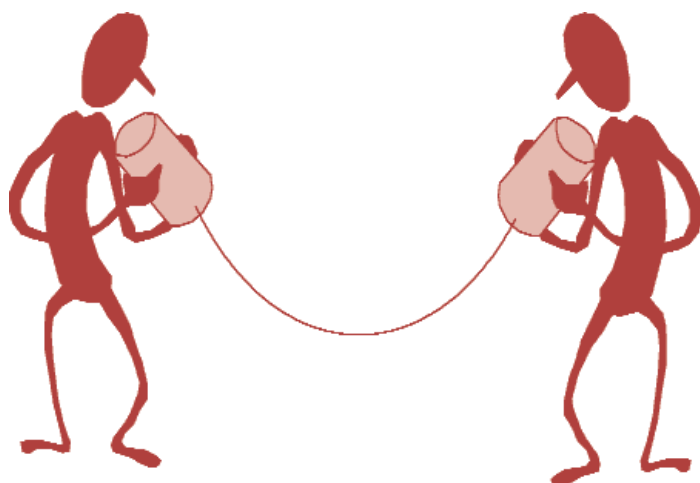
Actividad 9: **EL DIBUJO DICTADO**

2.º CICLO ESO Y BACHILLERATO

Ejercicio: **EL ECLIPSE DE SOL**

Actividad 9: **EL DIBUJO DICTADO**

Actividad 10: **EL RUMOR**



Ejercicio: **EL ECLIPSE DE SOL**

**La Coronel al Comandante adjunto:**

“Mañana a las nueve de la mañana tendrá lugar un eclipse de sol, cosa que no sucede todos los días. Se reunirán todos los hombres y mujeres en el patio llevando uniforme de gimnasia. Yo les explicaré el fenómeno. En caso de lluvia, como no se podrá ver nada, que vayan al gimnasio”.

**El Comandante al Capitán:**

“Por orden de la Coronel, mañana a las nueve, eclipse de sol en el patio. En caso de lluvia, el eclipse tendrá lugar en el gimnasio y en uniforme de gimnasia. Cosa que no sucede todos los días”.

**El Capitán a la Teniente:**

“Por orden de la Coronel, en uniforme de gimnasia, mañana a las nueve, inauguración del eclipse de sol en el gimnasio si llueve, cosa que no sucede todos los días”.

**La Teniente al Sargento:**

“Mañana, a las nueve, la Coronel en traje de gimnasia, cosa que no sucede todos los días, eclipsará al sol en el gimnasio si hace buen día y en el patio si es que llueve”.

**El Sargento a la Cabo:**

“Mañana a las nueve, el eclipse de la Coronel en uniforme de gimnasia tendrá lugar debido al sol. Si llueve en el gimnasio, cosa que no sucede todos los días, reunión general en el patio”.

**Conclusión deducida por los y las soldados rasos:**

“Parece que mañana, si llueve, el sol eclipsará a la Coronel en el gimnasio. ¡Lástima que esto no suceda todos los días!” .

## Actividad 8: EL TELÉFONO ESTROPEADO

### OBJETIVOS

- Vivenciar cómo la información se distorsiona a partir de la interpretación que cada persona le da.
- Contrastar la información recibida con otros canales

#### EDAD:

1.º CICLO DE LA ESO

#### MATERIAL:

Un papel con el mensaje escrito.

#### TIEMPO:

Duración: 30 minutos aprox.

#### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

### DESARROLLO

- Se piden un mínimo de 8 personas voluntarias que se numerarán. Todas menos la primera salen de la clase. El resto hará de grupo observador.
- No se pretende tanto que se transmita la historia con las mismas palabras, sino que no se pierda el sentido.
- El/la profesor/a lee el mensaje una sola vez al N.º 1, luego se llama al N.º 2. El N.º 1 le comunica al N.º 2 lo que le fue leído, sin ayuda de nadie. Así sucesivamente, hasta que pasen todos los/las compañeros/as.
- El/la último/a compañero/a, se lo contará al grupo observador.
- El grupo observador anotará todas las modificaciones que se vayan produciendo a lo largo de la transmisión de la información.
- Al finalizar la actividad el grupo observador comentará si tiene relación el primer mensaje que dio el/la profesor/a con el último que se ha transmitido.
- El/la profesor/a llevará a cabo una discusión que permita reflexionar sobre que la distorsión de un mensaje se da por no tener claro el mensaje, pues por lo general, se nos queda en la memoria aquello que nos llama más la atención, o lo que creemos que es más importante. Permite discutir cómo nos llegan en la realidad las noticias y acontecimientos, y cómo se dan a conocer; cómo esto depende del interés y de la interpretación que se le da.

#### HISTORIA:

“Me han dicho que Maria ha salido de viaje hace tres horas desde el aeropuerto de Loiu, pero he oído en la televisión que se ha declarado huelga en la terminal 3. En dicha terminal uno de los quince aviones que pertenecen a LA COMPAÑÍA ha tenido avería en el motor y de los trabajadores que están en huelga, muchos, no han querido arreglarlo con lo que es muy probable que el motivo real del retraso haya sido ese.”

## Actividad 9: **LECTAR DIBUJOS**

### OBJETIVOS

- Favorecer la comunicación por medio de la escucha.
- Analizar las limitaciones de una comunicación unidireccional.

**EDAD:**  
TODOS/TODAS

**TIEMPO:**  
Duración: 40 minutos aprox.

**MATERIAL:**  
Un papel con el mensaje escrito.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO

### DESARROLLO

- Hay que dejar muy claro que hasta el final del ejercicio no se puede mirar a los compañeros/as ni preguntar a la persona que dicta. Ésta debe intentar manejar un lenguaje claro, conciso y conveniente para que pueda ser comprendido sin equívocos.
- El grupo se divide en parejas que se sitúan espalda con espalda sin tocarse.
- El/la profesor/a entrega a uno/a de los componentes de las parejas el mismo dibujo. El dibujo será elegido por el/la profesor/a según la edad y características del grupo. Es importante saber que los dibujos abstractos, tales como figuras geométricas, exigen un grado mayor de esfuerzo en la explicación y en la comprensión que los que representan situaciones habituales (casas, paisajes, etc.).
- La persona que está viendo el dibujo (una por pareja) tratará de dictar el dibujo a su compañero/a, el cual no puede hablar, preguntar o sugerir nada.
- Una vez que todas las parejas han acabado, sin mirar los dibujos originales, se vuelve a dictar el mismo dibujo cambiando las reglas. En esta nueva fase se puede preguntar y, además, las explicaciones sobre el dibujo se transmiten cara a cara (para favorecer la comunicación no verbal).
- Se comparan los dibujos realizados en las dos fases: en la comunicación unidireccional sin contacto visual y en la bidireccional con contacto visual.
- Se puede comparar el tiempo que se tardó en hacerlos así como la precisión: ¿Cómo se sintieron sólo escuchando?, ¿cómo se sintieron sólo dictando?, ¿qué tipo de comunicación se daba en un caso y en otro?, ¿cómo influyen otros canales como la mirada, expresión de la cara...?, ¿qué dificultades se establecen en la comunicación verbal cuando no se apoya en el gesto?...

## Actividad 10: EL RUMOR

### OBJETIVOS

- Vivenciar cómo la información se distorsiona a partir de la interpretación que cada persona le da.
- Contrastar la información recibida con otros canales

#### EDAD:

2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO

#### MATERIAL:

Un papel con el mensaje escrito.

#### TIEMPO:

Duración: 30 minutos aprox.

#### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

### DESARROLLO

- Se piden un mínimo de 8 personas voluntarias que se numerarán. Todas menos la primera salen de la clase. El resto hará de grupo observador.
- No se pretende tanto que se transmita la historia con las mismas palabras, sino que no se pierda el sentido.
- El/la profesor/a lee el mensaje una sola vez al N.º 1, luego se llama al N.º 2. El N.º 1 le comunica al N.º 2 lo que le fue leído, sin ayuda de nadie. Así sucesivamente, hasta que pasen todos/as los/as compañeros/as.
- El último compañero/a, se lo contará al grupo observador.
- El grupo observador anotará todas las modificaciones que se vayan produciendo a lo largo de la transmisión de la información.
- Al finalizar la actividad el grupo observador comentará si tiene relación el primer mensaje que dio el/la profesor/a con el último que se ha transmitido.
- El/la profesor/a llevará a cabo una discusión que permita reflexionar sobre que la distorsión de un mensaje se da por no tener claro el mensaje, pues por lo general, se nos queda en la memoria aquello que nos llama más la atención, o lo que creemos que es más importante. Permite discutir cómo nos llegan en la realidad las noticias y acontecimientos, y cómo se dan a conocer; cómo esto depende del interés y de la interpretación que se le da.

#### HISTORIA:

“Dicen que 483 personas están atrapadas bajo un derrumbe, después que pasó el ciclón se inició el rescate. Se han movlizado miles de personas llevando medicinas, vendas y otros elementos. Pero dicen que la gente atrapada no fue por accidente, sino que fue un secuestro, pues hay gente de mucho dinero entre los atrapados.”

## COMPETENCIA 5

### TOMA DE DECISIONES

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc., es decir, en todo momento se toman decisiones, la diferencia entre cada una de éstas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas.

La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial.

*Toda mala decisión que tomo va seguida de otra mala decisión.*

Harry S. Truman

#### Clases de decisiones:

**1. Decisiones programadas:** son aquellas que se toman frecuentemente, es decir son repetitivas y se convierte en una rutina tomarlas; también se las llama decisiones estructuradas.

Por ejemplo, en el caso de Nike, comprar tiempo de publicidad en televisión es una decisión programada.

**2. Decisiones no programadas:** también denominadas no estructuradas, son decisio-



nes que se toman en problemas o situaciones que se presentan con poca frecuencia.

Un ejemplo de Nike sería cómo diseñar y comercializar calzado para baloncesto, más moderno y avanzado.

#### Proceso de toma de decisiones

1. **D**escribir y analizar el problema.
2. **E**xplorar las alternativas de solución.
3. **C**onsiderar las consecuencias de cada solución, evaluando las alternativas.
4. **I**dentificar la mejor alternativa.
5. **D**ecidirse a hacer y poner en marcha la decisión tomada .
6. **E**valuar los resultados. Después de poner en marcha la decisión es necesario evaluar si se solucionó o no el problema, es decir, si la decisión está teniendo el resultado esperado o no.

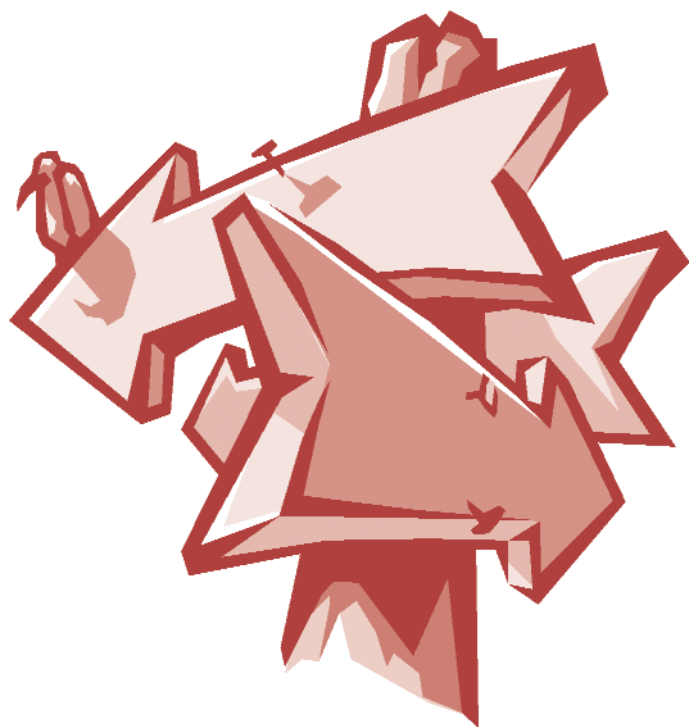
## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 5

1.º CICLO DE LA ESO

Actividad 11: **LOS GRUPOS ENCADENADOS**

2.º CICLO de la ESO y BACHILLERATO

Actividad 12: **LA NASA**



## Actividad 11: LOS GRUPOS ENCADENADOS

### OBJETIVOS

- Desarrollar la imaginación de cara a dar una respuesta creativa a los conflictos.
- Elaborar estrategias grupales.

**EDAD:**  
1.º CICLO DE LA ESO

**TIEMPO:**  
Duración: 40 minutos

**MATERIAL:**  
Tres cartulinas.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
20 participantes

### DESARROLLO

- El/la profesor/a explica que se trata de aprender una técnica para descubrir los pasos que hay que llevar a cabo para solucionar un problema.
- Se divide al grupo en tres subgrupos y se coloca a cada grupo al lado de una de las cartulinas.
- En la cartulina del grupo A aparece: “poneros de acuerdo en un problema cercano a todos/as vosotros/as” (P.ej me cuesta mucho madrugar)
- Cuando queda elegido el problema, el grupo A se dirige al B y le comenta paso a paso, el problema que han elegido.
- En la cartulina del grupo B aparece: “una vez que os han contado el problema, debéis hacer un listado de todas las soluciones que se os ocurran”. Realiza esto y se lo explica al grupo C.
- En la cartulina C aparece: “De las soluciones que os han comentado debéis elegir las que os parezcan más adecuadas para solucionar un problema”
- 10 minutos por grupo.
- Cada grupo escribe en su cartulina lo que le corresponde. A el problema, B listado de soluciones, y C solución.
- Cuando han acabado hacen un círculo y comentan las soluciones, como han intentado solucionarlo, etc.

## Actividad 12: LA NASA

### OBJETIVOS

- Analizar la toma de decisiones.
- Vivenciar las ventajas de la cooperación.
- Identificar lo que afecta a la hora de tomar decisiones.
- Ver y comprobar como se relaciona el grupo.

**EDAD:**  
2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO

**TIEMPO:**  
Duración: 30 minutos

**MATERIAL:**  
HOJA DE RESPUESTAS

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO  
Dividido en subgrupos de 5 participantes

### DESARROLLO

- Se comenta a cada persona que son parte de un grupo de 5 astronautas con un problema técnico y que han alunizado a 300 Km. de la nave nodriza en la superficie iluminada de la luna. Su supervivencia depende de poder llegar a pie a la nave nodriza. En el alunizaje se destruyó gran parte del equipo. Sólo quedan los siguientes elementos.
  - 1 caja de cerillas
  - 1 lata de alimento concentrado
  - 20 m. de cuerda de nailon
  - 30 m. cuadrados de seda de paracaídas
  - 1 hornillo portátil
  - 2 pistolas de 7,65 Mm.
  - 1 lata de leche en polvo
  - 2 bombonas de oxígeno de 50 l
  - 1 mapa estelar (constelación lunar)
  - 1 bote neumático con botellas de CO2
  - 1 brújula magnética
  - 20 litros de agua
  - Cartuchos de señales (arden en el vacío)
  - 1 maletín de primeros auxilios
  - 1 receptor y emisor de FM accionado por energía solar.
- Su misión es ordenar según su importancia las 15 cosas desde la más importante hasta la menos importante.
- 1.º se realizará el ejercicio individualmente y 2.º se formarán grupos de 5-6 personas que intentarán consensuar un nuevo orden

- Se lee la solución. Cada persona anotará la diferencia entre sus datos y la solución. Por ejemplo, si a un objeto que en la solución ocupa el 4.º lugar nosotros le pusimos el 6.º, tenemos 2 puntos (6-4); si a otro que ocupaba el 8º lugar le pusimos el 5.º, sumamos 3 puntos (8-5); y finalmente, se suman todos los puntos (siempre se resta el mayor al menor). Se realiza el proceso tanto con las puntuaciones individuales y grupales

### **SOLUCIÓN:**

- (15) — 1 caja de cerillas. No tiene ninguna utilidad en la luna no hay oxígeno
- (4) — 1 lata de alimento concentrado. Comer es necesario
- (6) — 20 m. de cuerda. Útil para trepar
- (8) — 30 m<sup>2</sup> de seda de paracaídas. Protección de rayos solares y para vendaje de heridas-
- (13) — Un hornillo portátil. No es útil en la cara iluminada de la luna
- (11) — 2 pistolas. Puede aprovecharse su fuerza de propulsión
- (12) — 1 lata de leche en polvo. Hay que beberse con agua
- (1) — 2 bombonas de oxígeno. Para respirar
- (3) — 1 mapa estelar. Para orientarse fundamental
- (9) — 1 bote neumático con botellas de co<sub>2</sub>. Las botellas permiten la propulsión entre precipicios
- (14) — 1 brújula magnética. En la luna probablemente no hay polo magnético
- (2) — 20 l. de agua.
- (10) — Cartuchos de señales. Llamada de socorro
- (7) — 1 maletín de primeros auxilios. Importantes las pastillas y las inyecciones
- (5) — 1 receptor y emisor de FM, posible comunicación con la madre nodriza.

OBJETOS	CL. INDIVID	CL. GRUPAL	CL. EXP. NASA	DIF. CL INDIV CL NASA	DIF. CL GRUPAL - NASA
1 caja de cerillas					
1 lata de concentrado alimenticio					
20 metros de cuerda de nylon					
30 m <sup>2</sup> de seda de paracaídas					
1 hornillo portátil					
2 pistolas de 7,65 mm					
1 lata de leche en polvo					
2 bombonas de oxígeno de 50L.					
1 mapa estelar					
1 bote neumático con botellas co <sup>2</sup>					
1 brújula magnética					
20 litros de agua					
Cartuchos de señales					
1 maletín de primeros auxilios					
1 receptor-emisor de FM por energía solar					

## COMPETENCIA 6

### AUTOCONFIANZA

La “autoestima” es la valoración que hacemos las personas de nosotras mismas sobre la base de las sensaciones y experiencias que hemos ido incorporando a lo largo de la vida.

Nos sentimos listos/as o tontos/as, capaces o incapaces, nos gustamos o no. Esta autovaloración es muy importante, dado que de ella dependen en gran parte la realización de nuestro potencial personal y nuestros logros en la vida. De este modo, las personas que se sienten bien consigo mismas, que tienen una buena autoestima, son capaces de enfrentarse y resolver los retos y las responsabilidades que la vida plantea. Por el contrario, las que tienen una autoestima baja suelen auto limitarse y fracasar.

La realidad es muy compleja y lo vemos en nuestro día a día Ejemplos:

- podemos hablar mucho con los amigos/as y ser callados/as en casa.
- jugar mal a fútbol no indica que seamos un desastre en todos los deportes.
- que no nos salga bien un examen no significa que no sirvamos para los estudios.

La adolescencia es una de las fases más críticas en el desarrollo de la autoestima, la



persona joven necesita forjarse una identidad firme y conocer a fondo sus posibilidades; así como hacerse valiosa para avanzar con confianza hacia el futuro. En ésta época se pasa de la dependencia de las personas a las que se quiere (la familia) a la independencia, a confiar en sus propios recursos. Si durante la infancia ha desarrollado una fuerte autoestima, le será relativamente fácil superar la crisis y alcanzar la madurez.

Una parte importante de nuestra autoestima viene determinada por el balance entre nuestros éxitos y fracasos. En concreto, lograr lo que deseamos y ver satisfechas nuestras necesidades proporciona emociones positivas e incrementa la autoestima.

Se ha apuntado como una forma de mejorar la autoestima el esforzarse para cambiar las cosas que no nos gustan de nosotros/as mismos/as. Vamos a trabajar sobre un método que puede hacer más fácil estos cambios.

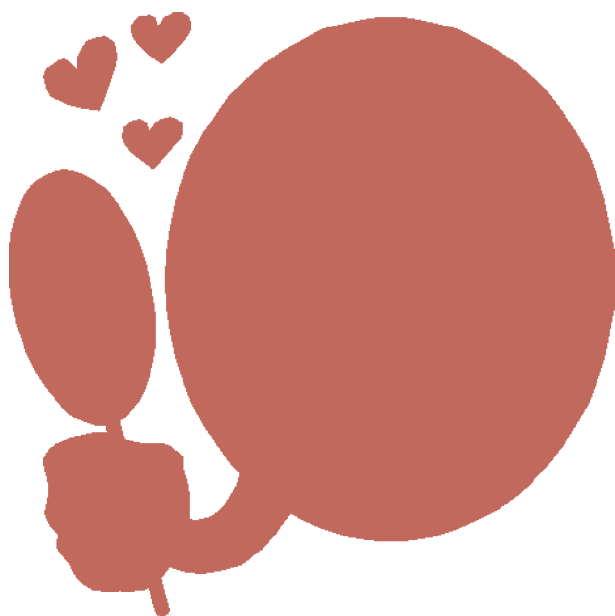
## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 6

1.º CICLO DE LA ESO

Actividad 13: **LAS MANOS**

2.º CICLO de la ESO y BACHILLERATO

Actividad 14: **QUIÉN ES QUIÉN**



### Actividad 13: LAS MANOS

#### OBJETIVOS

- Tomar conciencia de las percepciones propias y ajenas.
- Profundizar en el conocimiento personal.
- Establecer comunicación en el grupo.
- Favorecer la cohesión grupal.

#### EDAD:

1.º CICLO DE LA ESO

#### TIEMPO:

Duración: 30 minutos aprox.

#### MATERIAL:

Rotuladores y cartulinas de colores.

#### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

#### DESARROLLO

- El/la profesor/a explica que hay que trabajar en grupo para desarrollar esta actividad.
- Cada integrante del grupo coge una cartulina de color, dibuja su mano y la recorta.
- Escribimos algo positivo sobre nosotros/as mismos/as en la mano.
- Os ayudáis mutuamente para pegar la mano a vuestra espalda.
- Luego añadís más comentarios positivos en las manos de cartulina de vuestros/as compañeros/as.
- Después de que todos/as hayáis escrito algo, os quitáis la mano de la espalda y leéis en silencio lo que tenéis escrito.
- El/la profesor/a llevará a cabo una discusión que permita reflexionar sobre de que manera es positivo una “palmadita en la espalda” y si eso refuerza la autoestima.

## Actividad 14: QUIÉN ES QUIÉN

### OBJETIVOS

- Tomar conciencia de las percepciones propias y ajenas.
- Profundizar en el conocimiento personal.
- Establecer comunicación en el grupo.

#### EDAD:

2.º DE LA ESO Y BACHILLER

#### MATERIAL:

UNA CAJA CON UN ESPEJO DENTRO

#### TIEMPO:

Duración: 30 minutos aprox.

#### TAMAÑO DEL GRUPO:

ILIMITADO

### DESARROLLO

- El/la profesor/a tiene una caja con un espejo dentro. Pide un voluntario/a para que se acerque a la mesa del profesor/a.
- La persona voluntaria tiene que describir lo que ve dentro de la caja mediante adjetivos. El resto del grupo piensa que es alguien conocido o famoso y no se imaginan que es la misma persona la que se está describiendo.
- Se da un margen de tiempo para que el grupo lo adivine si no es así o no se llega a nada, se cambia de persona.
- La persona voluntaria no puede decir nada para no estropear la dinámica.
- El/la profesor/a llevará a cabo una discusión que permita reflexionar sobre la actividad.

## COMPETENCIA 7

### RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Todo conflicto se caracteriza por que existe una incompatibilidad. Por ejemplo, un niño y una niña quieren el mismo juguete, o una persona quiere divertirse y tiene que trabajar o estudiar, etc.

Algunos conflictos son:

1. Latentes: el conflicto no se manifiesta al exterior. Por ejemplo cuando dos personas evitan hablar de un tema para no discutir.
2. Desplazados: el conflicto que se manifiesta y verbaliza no es el conflicto que realmente enfrenta a las personas. Por ejemplo: dos personas que están enfrentadas por las tareas domésticas pero que discuten por el programa de la TV.
3. No percibidos: las personas implicadas no son conscientes de tener un conflicto.

El conflicto es algo necesario para madurar tanto las personas como los grupos. El conflicto no es malo en si mismo, lo que es bueno o malo es la forma de regularlo.

Según Thomas y Filman, se pueden dar cinco tipos de resolución de conflictos o enfrentamientos:

1. Evitación: no se encara el conflicto y por lo tanto no mejora la situación.

2. Competición: no se respetan los intereses de la otra persona. La otra persona se convierte en alguien que se opondrá a mis intereses.

3. Acomodación: renuncia de los propios intereses y objetivos. Este es un cierre en falso porque se establece una relación de dependencia.

4. Compromiso: la persona alcanza parcialmente sus objetivos. Es un equilibrio entre la acomodación y la competición. Por ejemplo: un/a amigo/a quiere ir al cine y otro/a al teatro. Lo solucionan yendo un día al cine y otro día al teatro.

5. Cooperación: reenfocar la situación atendiendo a los intereses de ambas partes. Siguiendo con el ejemplo anterior irían al campo porque les gusta a los/as dos.

Para aprender a afrontar positivamente un conflicto es preciso desarrollar unas competencias básicas.

1. Comunicación: saber comunicarse adecuadamente, saber negociar.
2. Control emocional: controlar la agresividad
3. Empatía: ser capaces de ponerse en el lugar de la otra persona.
4. Creatividad, ruptura de prejuicios: la solución del conflicto requiere enfoques nuevos.

Se pueden dar tres tipos de comportamientos a la hora de solucionar los conflictos:

### **COMPORTAMIENTO PASIVO:**

- Tono de voz muy bajo
- Permite que las demás personas le digan lo que tiene que hacer
- No hace respetar sus derechos
- No expresa sus sentimientos, opiniones ni pensamientos
- Siempre tiene la sensación de que se aprovechan de él/ella
- No tiene conflictos ni enfrentamientos con las demás personas
- Personas aceptadas por el grupo
- Puede aparecer resentimiento oculto hacia las demás personas



### **COMPORTAMIENTO AGRESIVO:**

- Tono de voz alto y amenazante
- Defiende sus propios derechos y nunca respeta los de las demás personas
- No acepta ninguna autoridad
- Agrede verbalmente con insultos, amenazas y comentarios hostiles
- Intenta conseguir lo que quiere a cualquier precio
- A menudo cumple sus deseos
- Suele tener mucha autoestima
- La agresividad induce a la agresividad también a la otra persona
- No es persona querida, sino temida

### **COMPORTAMIENTO ASERTIVO:**

- Tono adecuado, amable pero firme
- Defiende sus derechos y los de los demás personas
- Respeto los derechos de los demás
- Dice lo que siente y lo que piensa
- Escuchan los argumentos de las otras personas
- No tiene conflictos ni enfrentamientos agresivos con las demás personas. Las discusiones son constructivas
- Es aceptada y querida dentro del grupo
- Tiene buena autoestima
- A menudo debe aceptar que no se cumplen sus deseos

## ACTIVIDADES-COMPETENCIA 7

1.º CICLO DE LA ESO

Actividad 15: **¿CÓMO RESPONDES?**

2.º CICLO de la ESO y BACHILLERATO

Actividad 16: **TENEMOS UN PROBLEMA**



## Actividad 15: ¿CÓMO RESPONDES?

### OBJETIVOS

- Analizar los distintos comportamientos que se dan en la resolución de conflictos.
- Aprender a dialogar respetando el turno de intervención.

**EDAD:**  
1.º CICLO DE LA ESO

**TIEMPO:**  
Duración: 50-60 minutos aprox.

**MATERIAL:**  
COPIA DE LAS SITUACIONES

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
ILIMITADO

### DESARROLLO

- El/la profesor/a divide el aula en subgrupos y les plantea estas situaciones:

#### **Situación 1:**

Tenías el compromiso de irte el fin de semana al monte con tu familia, pero te han llamado tus amigos y amigas para ir al cine con lo que no vas a poder ir de excursión. En este mes te ha pasado tres veces lo mismo. Tu familia a la primera oportunidad te echa en cara “tu falta de formalidad”. Tu madre dice: “Esto ya es demasiado, tres veces has dicho que ibas a venir y las tres veces no hemos ido...!”. Tu padre también dice lo mismo. Tu respuesta es la siguiente:

- (muy nervioso/a) “a ver....., es que....., yo también quería ver ésa película, entenderlo..... por favor, igual la próxima vez...lo siento....”.
- (mirando a los ojos y con voz firme) “Tenéis razón y entiendo vuestro enfado. Lo siento y os pido perdón. Como esto no es la primera vez que pasa podemos pensar algo para que no vuelva a suceder. Qué os parece?”
- (con voz alta) A ver, yo también tengo mi vida y si los amigos/as han dicho que van a ir al cine, yo también quiero ir!

¿Cual de las respuestas que se dan son **agresivas, asertivas o pasivas?**

#### **Situación 2**

Se plantea el problema y que ellos y ellas planteen tres respuestas (agresivo, pasivo y asertivo).

Ayer cuando estabas en casa te llama un compañero de clase para pedirte el libro de matemáticas. Se le ha olvidado el libro en clase y tiene que hacer los deberes. Tú piensas que como hoy sábado has quedado, se lo puedes dejar y que mañana domingo te lo devuelva para hacer los deberes.

Se lo dejas con esa condición y al día siguiente cuando hablas con él te dice que no, que ayer como quedó con su novia para ir al cine va a hacer hoy los deberes y que tú los hagas el lunes en el descanso que hay antes de la clase de matemáticas.

¿Qué respondes?

## Actividad 16: TENEMOS UN PROBLEMA

### OBJETIVOS

- Analizar las distintas actitudes ante una tarea de grupo.
- Aprender a dialogar respetando el turno de intervención.
- Estudiar cómo se ha organizado el grupo para resolver un problema concreto.

**EDAD:**  
2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLER

**TIEMPO:**  
Duración: 50-60 minutos aprox.

- MATERIAL:**
- Tiras sueltas de papel para cada participante del grupo, con 1 ó 2 datos del problema.
  - Problema fotocopiado.

**TAMAÑO DEL GRUPO:**  
20 Participantes

### DESARROLLO

- El/la profesor/a escoge los/as alumnos/as que van a participar en la resolución del problema. En el centro queda el grupo que participará en el trabajo y las demás personas del curso se colocarán alrededor, de forma que puedan observar el funcionamiento del grupo.
- El/la profesor/a explica que va a repartir una serie de datos en torno a un problema y que su trabajo consiste en estudiar todos sus aspectos y llegar a las soluciones que se os piden (hay que obtener respuestas concretas a las preguntas). Ninguno de los datos es falso, pero sí puede haber alguno irrelevante, es decir, que aunque es real no es útil para llegar a la resolución. Se pueden organizar de la forma que mejor les parezca con el fin de solucionar el problema en el menor tiempo posible.”
- El/la profesor/a reparte algunas pistas del problema escogido —cada dato en una tira distinta de papel— a cada miembro del grupo.
- Si al cabo de 30-40 minutos no han terminado el ejercicio, se corta la actividad y, después de dar la solución, se analiza el proceso.

### PROBLEMA

Se ha cometido un asesinato, hasta ahora inexplicable. Ciertas pistas pueden ayudarnos en el esclarecimiento de la muerte. Esta será la tarea que ahora os encomienda la policía.

El grupo tiene que averiguar:

- El nombre del asesino/a.
- El arma.
- La hora en que se cometió el asesinato.
- El lugar.
- El motivo.

## **PISTAS**

1. La Sra. Hernández había estado esperando en el hall de la portería del edificio a que su marido dejara de trabajar.
2. El ascensorista dejó el trabajo a las 12'30 de la madrugada.
3. El cadáver de Jorge Roig fue encontrado en el parque.
4. El cadáver de Jorge Roig fue encontrado a la 1'20 de la madrugada.
5. Según el informe del forense, Jorge Roig había estado una hora muerto cuando fue encontrado su cadáver.
6. La Sra. Hernández no vio a Jorge Roig abandonar el edificio por la portería cuando ella estaba esperando.
7. Manchas de sangre correspondientes al tipo de las de Jorge Roig fueron encontradas en el garaje del sótano del edificio.
8. La policía no pudo localizar a José Pérez después de la muerte.
9. Sangre del mismo tipo de la de Jorge Roig fue encontrada en la moqueta del pasillo del apartamento de José Pérez.
10. Cuando fue descubierto, el cadáver de Jorge Roig tenía una herida de bala en su pierna y una herida de cuchillo en su espalda.
11. José Pérez disparó a un intruso en su apartamento a medianoche.
12. Jorge Roig había casi arruinado los negocios de José Pérez arrebatándole sus clientes con engaños y falsedades.
13. El ascensorista dijo a la policía que él había visto a Jorge Roig a las 12'15 de la madrugada.
14. La bala sacada de la pierna de Jorge Roig era de la pistola de José Pérez.
15. Solamente una bala se había disparado de la pistola de José Pérez.
16. El ascensorista dijo que Jorge Roig no parecía herido gravemente.
17. Un cuchillo fue encontrado en el garaje del sótano del edificio sin ninguna huella digital.
18. Había manchas de sangre en el ascensor.
19. La Sra. Hernández había sido buena amiga de Jorge Roig y había visitado en ocasiones el apartamento de él.

20. El esposo de la Sra. Hernández estaba celoso de esta amistad.
21. El esposo de la Sra. Hernández no apareció en el hall de la portería a las 12'30 de la madrugada, al fin de su jornada normal de trabajo. Ella tuvo que volver sola a su casa. Él llegó más tarde.
22. A las 12'45 de la madrugada, la Sra. Hernández no pudo encontrar el coche de su marido en el garaje del sótano del edificio donde trabajaba.
23. La noche del asesinato llovía copiosamente.
24. El matrimonio Hernández tenía fuertes problemas económicos.

### **SOLUCIÓN AL PROBLEMA**

- Después de haber recibido una herida superficial de José Pérez, Jorge Roig, entre las 12'15 y las 12'30 de la madrugada, entró en el ascensor donde fué asesinado con un cuchillo por el Sr. Hernández (el ascensorista), que estaba celoso.

## COMPETENCIA 8

### TOLERANCIA A LA FRUSTRACIÓN

La frustración es una situación y/o vivencia emocional en la que una expectativa, un deseo, un proyecto o una ilusión no se cumple.

La tolerancia a la frustración se encuentra al igual que la autoconfianza, la conciencia emocional, etc. entre las denominadas competencias emocionales.

Estas competencias son muy importantes en el proceso formativo, ya que son competencias básicas para la vida que tienen la finalidad de preparar a las personas para poder hacer frente a los retos de la vida.

Para desarrollarse requieren un largo proceso de aprendizaje. Un/a alumno/a, para aprender a resolver problemas de ecuaciones de segundo grado con competencia, por ejemplo, puede necesitar unos tres meses. Pero para aprender a tolerar la frustración, se requiere un aprendizaje de años, que se debería iniciar en la educación infantil y prolongarse a lo largo de toda la vida.

En la infancia, la baja tolerancia es un comportamiento normal, algo que no resulta extraño si tenemos en cuenta que los deseos de los bebés están relacionados con necesidades fisiológicas básicas, como alimentarse, dormir, etc.

A medida que crecen se van dando cuenta de que no siempre pueden tener sus deseos satisfechos de inmediato y van aprendiendo a tolerar y aceptar cierta molestia o demora en la realización de sus deseos como algo inevitable.

Es decir, aprenden, en mayor o menor medida, a tolerar la frustración al mismo tiempo que van adquiriendo mayor autonomía y mayor capacidad para manejar el entorno que les rodea y contribuir por sí mismos/as a la satis-



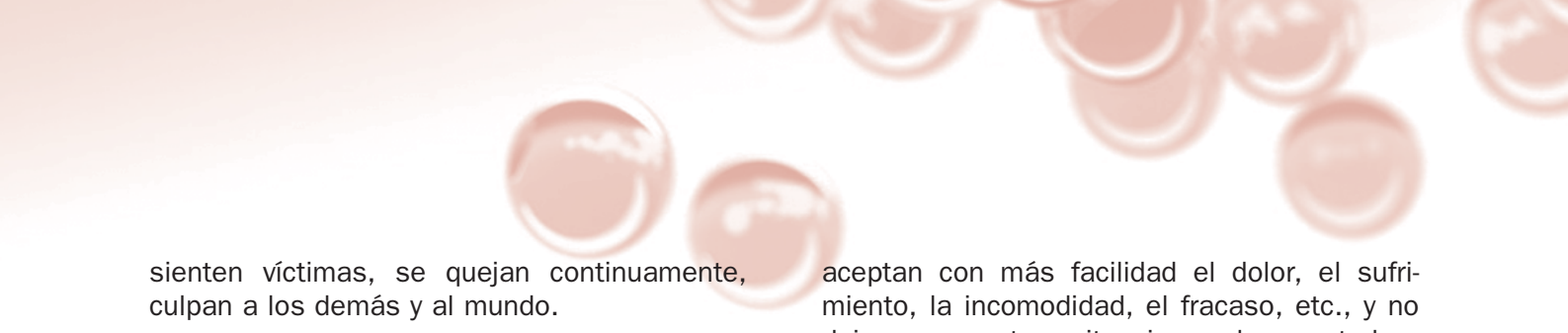
facción de sus deseos en vez de esperar pasivamente a que otros/as lo hagan por ellos/as. Poco a poco van aprendiendo que hay ciertas limitaciones personales y en el ambiente que les rodea, así como normas, costumbres, leyes, etc.

Son muchas las situaciones en las que las cosas no salen como nosotros queremos. Nos creamos una serie de expectativas que luego es muy difícil que se cumplan como lo habíamos imaginado.

Es por lo tanto importante que sepamos canalizar las frustraciones y tener en cuenta que es una posibilidad factible el que las cosas no salgan tal y como las teníamos previstas.

La baja tolerancia a la frustración implica una sensibilidad excesiva hacia todo lo desagradable, que funciona como una lente de aumento, magnificando el lado malo de cada situación. Lo feo es espantoso, lo malo es horrible, lo molesto es insoportable. De este modo la vida de estas personas está llena de tragedias y acontecimientos estresantes.

Con frecuencia se sienten de mal humor, agitadas, ansiosas, tristes, resentidas, humilladas o enfadadas con el mundo que debería estar ahí para satisfacer todos sus deseos. Se



sienten víctimas, se quejan continuamente, culpan a los demás y al mundo.

Se centran más en el ahora, en eliminar ese malestar en el momento en que aparece en vez de centrarse en el bienestar que conseguirían a largo plazo si lograran tolerar la frustración.

En cambio, para las personas que saben tolerar la frustración, la vida es más agradable, más fácil y con menos estrés, son capaces de convertir los problemas en nuevas oportunidades, tienen más probabilidades de resolverlos porque no reaccionan ante ellos con tanta intensidad ni intentan escapar para no sentir,

aceptan con más facilidad el dolor, el sufrimiento, la incomodidad, el fracaso, etc., y no dejan que estas situaciones les perturben excesivamente.

Son aquellos que practican el viejo refrán de “al mal tiempo buena cara”.

Consideramos esta competencia fundamental para el desarrollo óptimo a nivel personal y profesional. Por ello, en todas las actividades que se plantean y en las que hay que trabajar en equipo y consensuando las soluciones, se puede observar este comportamiento de forma transversal a lo largo de todo el proceso.

### 2.2.3. NUESTRO PERFIL COMPETENCIAL:

Teniendo en cuenta todo lo que hemos estado viendo hasta ahora, es el momento de realizar el propio retrato competencial.

Esta actividad esta planteada para vincular nuestros intereses y nuestras preferencias con las competencias que hemos visto hasta ahora.

#### 1.º CICLO DE LA ESO

##### Actividad 17: ¿Y YO QUÉ?

QUÉ SÉ HACER	QUÉ ME GUSTA HACER

#### 2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO

##### Actividad 18: ANALIZA TUS PUNTOS FUERTES

Es necesario realizar un esfuerzo por identificar las competencias. Así se podrá concretar de manera objetiva, tanto hacia qué puestos hay que dirigirse dentro del mercado de trabajo, como cuáles son las competencias que se deben adquirir para lograr EL OBJETIVO PROFESIONAL.

→ A los alumnos/as de 2.º ciclo y bachillerato se les adjunta esta lista para que puedan señalar aquellos adjetivos que creen que les definen mejor y así poder anotar en la siguiente tabla los puntos débiles y fuertes.

Flexible	Con iniciativa	Asertivo/a	Generoso/a
Adaptable	Fácil de trato	Rígida/Metódica	Inconstante
Polivalente	Dependiente	Dialogante	Independiente
Implicada	Autónoma	Resolutiva	Constante
Resuelto/a	Creativo/a	Tímido/a	Ordenado/a
Sociable	Alegre	Optimista	Eficaz
Reflexivo/a	Observador/a	Justo/a	Mañoso/a
Inseguro/a	Fuerte	Débil	Espontáneo

**ANOTA TUS PUNTOS FUERTES**

**ANOTA TUS PUNTOS DÉBILES**

--	--

**OBJETIVO**

Conocer todas las áreas de una empresa. Saber los pasos que hay que dar desde que se tiene la idea hasta que se constituye una empresa.

**CONCEPTOS**

- 3.1. La idea
  - 3.1.1. La idea como base del proyecto empresarial
  - 3.1.2. Métodos de generación de ideas
- 3.2. Plan de marketing
  - 3.2.1. Definición del negocio
  - 3.2.2. El precio
  - 3.2.3. La distribución
  - 3.2.4. La publicidad
- 3.3. Organización
  - 3.3.1. Organigrama
  - 3.3.2. Los contratos de trabajo
  - 3.3.3. Forma jurídica
- 3.4. Plan financiero
  - 3.4.1. Plan de inversiones iniciales y financiación
  - 3.4.2. La cuenta de resultados
  - 3.4.3. Plan de tesorería
  - 3.4.4. El balance
- 3.5. Presentación escrita del proyecto empresarial.

**PROCEDIMIENTO**

- Explicar las áreas de la empresa para que conozcan el desarrollo de las mismas.
- Plantear ejercicios para poder afianzar lo que se trabaja en la parte teórica.
- Los ejercicios están pensados para que a lo largo del proceso se vayan desarrollando todas las pautas necesarias para llegar al objetivo final que son en función del ciclo; un taller de inventos y un plan de negocio.

## 3.1. LA IDEA

### 3.1.1. LA IDEA COMO BASE DEL PROYECTO EMPRESARIAL

Todo negocio empieza con una buena idea. Pero el problema es que muchas veces no tenemos claro cómo concebirla. Mantener una actitud observadora y creativa permite conocer nuestro entorno y por lo tanto las posibilidades que existen. El mundo cambia y nos puede dar pistas para dar respuestas a situaciones diferentes que puedan surgir.

Es fundamental, por lo tanto, saber qué es lo que queremos hacer y si tiene una base sólida para poder realizarlo. Para ello existen distintas técnicas de estudios de mercado que nos permiten detectar esa necesidad.

El producto o servicio que ofrecemos a los clientes potenciales es clave a la hora de garantizar el éxito de nuestro negocio y es la base sobre la que se construye todo el proyecto. Tiene que ofrecer una necesidad concreta con el objetivo de atraer el mayor número de consumidores/as.

Como ejemplos:

Hoy en día cada vez hay más gente que vive sola y, por lo tanto, han cambiado los hábitos de consumo, desde la necesidad de hacer casas más pequeñas, hasta el aumento de la demanda de los negocios de comida a domicilio.

Otra realidad que hay que tener en cuenta es que la esperanza de vida ha aumentado considerablemente y por lo tanto la gente mayor necesita de unos servicios.

### 3.1.2. MÉTODOS DE GENERACIÓN DE IDEAS

¿Cómo se crean las ideas?

#### **TORMENTA DE IDEAS, BRAINSTORMING**

Es una manera de generar tantas ideas como sea posible en un periodo muy breve, reuniendo a un grupo de personas. Estas ideas no se analizan durante el proceso, no se critican las propuestas de las demás personas, se aceptan ideas de cualquier clase. Cuantas más mejor.

Se escriben todas las ideas que se le ocurran al grupo en un periodo de tiempo. Luego, se analiza cada una de ellas para aclararlas y combinarlas en categorías afines. En conjunto se votará por cada opción y de esta manera quedará una lista con las mejores ideas.

#### **OTRAS OPCIONES**

- Un gran número de ideas de negocio nace de los **problemas** que se presentan en la vida diaria.
  - Ofrecer guarderías en los grandes supermercados
  - Llevar y traer niños/as del colegio

- Sacar los perros a pasear mientras los/las dueños/as trabajan
  - Ayuda asistencial a personas que están inmovilizadas en casa
  - Ropa reflectante para ciclistas
- ✓ Haz una lista de los problemas o necesidades que se encuentran en los sitios que frecuentas o actividades que realizas. En la cocina, en el gimnasio, viendo la televisión, en el autobús, etc.
  - ✓ Una vez que tengas la lista, escoge un grupo de problemas o necesidades y trata de buscarles solución.
- De la misma manera identifica aquellos **deseos** que las personas tienen a diario. Los deseos se diferencian de las necesidades en que no son imprescindibles para vivir.
    - La preocupación por la estética ha llevado a la creación de nuevos productos: coca cola light, tiritas de colores, etc.
    - El aumento de la conciencia por el medio ambiente ha hecho que se creen empresas de mensajería en bicicleta, productos nuevos para la agricultura sin pesticidas, etc.
  - Piensa un producto o servicio y trata de generar nuevas ideas de negocio a partir de:
    - **Sustituir:** ¿Qué se podría sustituir en el enfoque, materiales, ingredientes o aspecto?
    - **Combinar:** ¿Qué se podría combinar con una idea existente? Materiales, sabores, colores, etc.
    - **Adaptar:** ¿A qué se parece esta idea? Por ejemplo adaptar el consumo de algo que ya existe en el mercado a otro colectivo. (La cerveza 0,0 para las embarazadas)
    - **Aumentar:** ¿Qué pasaría si se añadiera, alargara o disminuyera?
    - **Emplearlo para otros usos:** ¿De que manera se podría utilizar?

### EJERCICIO 1: NUESTRA IDEA

En este apartado se pueden utilizar las actividades que se han propuesto a la hora de trabajar la creatividad.

#### 1.º CICLO DE E.S.O Y 2.º CICLO DE E.S.O. Y BACHILLERATO:

- NUESTRA IDEA ES
- ESTA IDEA NOS HA SURGIDO POR
- CON ELLO PRETENDEMOS

## 3.2. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing consiste en el establecimiento de unos objetivos comerciales coherentes con los objetivos globales de la empresa.

El mercado está formado por dos elementos fundamentales: las personas consumidoras y las/los competidoras/es.

### 3.2.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Una vez centrada la idea de negocio hay que ver si tiene posibilidades de prosperar y para ello hay que estudiar y analizar la realidad y el entorno en el que nos vemos y en el que vamos a querer desarrollar nuestro negocio. Tenemos que hacer el análisis de viabilidad o análisis de mercado.

Las necesidades de nuestra clientela tienen que estar satisfechas mediante un producto y/o un servicio concreto que deberá ajustarse al máximo posible a las expectativas de los/las consumidores/as.

Tenemos que ver las necesidades que cubre (vestido, alimento, etc.) y establecer quienes son la clientela potencial de nuestro negocio.

El público objetivo viene determinado por aquel segmento de la población que pretende satisfacer la necesidad que queremos cubrir. La segmentación puede ser por edad, por sexo, por nivel de renta, etc.

Por ejemplo, el público objetivo que pretende cubrir la necesidad de estar bien afeitado será la población masculina desde los 14 años.

El estudio de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

El estudio de mercado se apoya en 3 grandes pilares:

#### **1. Análisis del entorno general**

Se trata de estudiar todo lo que rodea a la empresa en diversos aspectos, como por ejemplo el entorno legal, el entorno económico, el entorno tecnológico y de infraestructuras, el entorno social/ideológico, etc.

#### **2. Análisis de la persona consumidora**

Estudia el comportamiento de las personas consumidoras para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, y averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc.

Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

### 3. Análisis de la competencia

Estudiar el conjunto de empresas, con las que se comparte el mercado del mismo producto.

La investigación se puede hacer a través de una **ENCUESTA**; utilizar una muestra de nuestra clientela potencial para ver si el producto tiene opciones.

Esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para conseguir información. De esta manera, las encuestas pueden realizarse para que la persona encuestada plasme por sí mismo las respuestas en el papel.

Es importantísimo que quien investigue sólo proporcione la información indispensable, la mínima para que sean comprendidas las preguntas. Es importante aclarar cuál es el objetivo de la investigación.

A la hora de realizar la encuesta, hay que decidir una serie de cuestiones:

1. A quién voy a hacer la encuesta. Mujeres, hombres, edad, etc.
2. Cuántas encuestas tengo que hacer para que los datos sean fiables
3. Cuándo y dónde voy a hacerlas. Fechas y lugares más apropiados.

Para la realización de un cuestionario eficaz y útil, en su elaboración:

1. Las preguntas han de ser pocas (no más de 30).
2. Las preguntas preferentemente cerradas y numéricas.
3. Redactar las preguntas con lenguaje sencillo.
4. Formular las preguntas de forma concreta y precisa.
5. Formular las preguntas de forma neutral.
6. En las preguntas abiertas no dar ninguna opción alternativa.
7. No hacer preguntas que obliguen a esfuerzos de memoria.
8. No hacer preguntas que obliguen a consultar archivos.
9. No hacer preguntas que obliguen a cálculos numéricos complicados.
10. No hacer preguntas indiscretas.
11. Redactar las preguntas de forma personal y directa.
12. Que no levanten prejuicios en los encuestados.
13. Redactar las preguntas limitadas a una sola idea.
14. Evitar preguntas condicionantes que conlleven una carga emocional grande.

## TIPOS DE PREGUNTAS QUE PUEDE TENER UN CUESTIONARIO:

- **Preguntas cerradas:**

- ¿Te gusta la playa? a. si b. no
- ¿Dónde le gusta pasar sus vacaciones? a. Playa b. Monte c. Otros

- **Preguntas abiertas:**

- ¿Por qué te gusta ir a la playa de vacaciones?

## POR EJEMPLO:

- Este producto responde a una necesidad que tenga?Cuál es esa necesidad?
- ¿Qué le atrae de éste producto?
- ¿Qué ventajas cree que tiene con respecto al de la competencia?
- Compraría este producto?
  - Si, por qué?
  - No, por qué?
- ¿Quién usaría este producto?
- ¿Con qué frecuencia?

### EJERCICIO 2: “LA ENCUESTA”

#### 1.º CICLO DE ESO Y 2.º CICLO DE ESO Y BACHILLERATO

- Define el perfil de la persona que va a utilizar vuestro invento o producto/servicio.
- Realiza una encuesta para saber si el invento o producto/servicio que habéis desarrollado tiene posibilidades de éxito.

### 3.2.2. EL PRECIO

Determinar el precio de venta, consiste en pensar la estrategia de precios más adecuada para la empresa a partir de valorar los costes fijos, variables y de comercialización. Está en función del coste de la elaboración del producto o servicio, del beneficio o margen que se quiera obtener, y de los precios de la competencia.

El precio es una decisión estratégica para la marcha del producto. Hay que establecer unos límites. Uno máximo por encima del cual el cliente no estará dispuesto a pagar y otro mínimo por debajo del cual no se obtendría beneficio. Por lo tanto un precio bien escogido debería permitir:

- conseguir los objetivos financieros de la compañía (p.ej. beneficios). Los costes señalan el precio mínimo al que el producto o servicio se puede vender; por debajo de él la empresa tendrá pérdidas.

$$\text{PRECIO} = \text{COSTES} + \text{BENEFICIOS}$$

- ajustarse a la realidad del mercado (¿comprarán los/las consumidores/as el producto al precio indicado?)
- mantener una posición de producto y ser coherente

El precio está influido por el:

- tipo de canal de distribución utilizado,
- tipo de promoción / promociones utilizadas
- la calidad del producto.

Un precio alto se usa normalmente cuando el precio es un indicador de calidad del producto y así lo va a percibir la futura clientela. 'Precio de prestigio' es la estrategia de precios que se sitúa en el punto más alto (o cerca) de la gama de precios. La gente comprará un precio de prestigio cuando:

- Crean que el precio elevado es un indicativo de buena calidad.
- Crean que es un signo de valor. Es un signo de que pertenecen a un grupo exclusivo.
- Requieren un funcionamiento perfecto en su aplicación. El coste del mal funcionamiento del producto es demasiado alto como para no comprar el mejor. Por ejemplo, un marcapasos.

Un precio bajo se utilizaría para adquirir cuota de mercado, sacrificando beneficios a corto plazo, analizando tanto el riesgo económico como los riesgos que pueden comportar una subida posterior. Un 'producto de gancho', es un artículo que tiene un precio tan bajo que actúa como promoción para empujar a la clientela dentro del establecimiento y que compren otros productos.

Otro aspecto a tener en cuenta en la política de precios es hacer DESCUENTOS. Podemos hacer descuentos promocionales, por ser clientes/as preferentes, por volumen de compra, etc.

### EJERCICIO 3: “EL PRECIO”

#### 1.º CICLO DE ESO Y 2.º CICLO DE ESO Y BACHILLERATO:

- Piensa en el precio de todos los materiales que necesitas para llevar a cabo tu invento o producto/servicio. Mira como puede influir en el precio final del invento o producto/servicio.
- Compáralo con la competencia, revistas, Internet, etc.

### 3.2.3. LA DISTRIBUCIÓN

Es la forma por la que hago llegar el producto o servicio a la persona consumidora, por lo que a la hora de poner en marcha el negocio es importante pensar en una serie de cuestiones que determinan la distribución. Hay que tener en cuenta si lo voy a vender directamente, si voy a tener un local, si necesito transportarlo, etc. De esta forma definiremos el **CANAL DE DISTRIBUCIÓN**.

#### TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. **CANAL DIRECTO:** quien produce o fabrica el producto o servicio suministra directamente al consumidor sin intermediarios/as. Es el caso de la mayoría de los servicios.
  - Una peluquería, un banco, etc.
  - Venta a domicilio: club de lectores
  - Las máquinas de Vending
2. **CANAL INDIRECTO:** existen personas intermediarias entre el/la proveedor/a y la persona usuaria o consumidora final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios/as que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.
  - Un canal corto sólo tiene dos escalones, es decir, una única persona intermediaria entre fabricante y usuaria final.
  - En un canal largo intervienen muchos intermediarios/as (mayoristas, distribuidores/as, almacenistas, revendedores/as, minoristas, agentes comerciales, etc.).

En general, se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta a la persona consumidora reducidos y, al revés, que canales de distribución largos son sinónimo de precios elevados. Esto no siempre es verdad; puede darse el caso de que productos comprados directamente al productor/a (ejemplo, vino o cava a una bodega, en origen) tengan un precio de venta mayor que en un establecimiento comercial.

El servicio **POST-VENTA** lo que pretende es ofrecer algo diferente a la clientela después de que ha adquirido el producto. Es una forma más de ofrecer calidad a nuestro producto y conseguir así que nuestra clientela esté satisfecha.

El objetivo es ofrecer una ventaja o elemento diferenciador frente a otras empresas. Se le denomina Calidad de servicio y busca fidelizar clientela. Una vez que conseguimos la clientela, tratar de que sea fiel a nuestro producto o servicio.

### 3.2.4. LA PUBLICIDAD

Se puede empezar esta unidad haciendo participe al grupo de lo que sabe de publicidad:

1. ¿Qué es la publicidad?
2. ¿Qué tipos y elementos de publicidad conoces?
3. ¿Para qué sirve?
4. ¿Dónde encontramos publicidad?
5. ¿Crees que nos influye la publicidad?
6. Explica algún anuncio que te guste

El objetivo de la publicidad es informar a la persona consumidora sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferenciación sobre otras marcas, crear demanda o modificar las tendencias de demanda de un producto (bien o servicio)/marca.

Es importante resaltar los beneficios o las ventajas que va a obtener la clientela por comprar o utilizar el producto.

Un ejemplo de publicidad es la que aparece en revistas especializadas, por ejemplo, sobre infancia, culturales, etc. Un/a profesional interesado/a en motores es poco probable que busque la información en una revista infantil.

Los **ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD** son los siguientes:

- **MÚSICA:** El mensaje visual y el musical pueden acompañarse o ser independientes.
- **PERSONAJES:** Identificación con el/la consumidor/a. Se destacan cualidades sociales que quieran implantarse (modelos de comportamiento, aspiraciones, etc.).
- **COLOR.** Impactar para captar la atención.
  - **Amarillo:** éxito, logros, dinero, alegría, dinamismo
  - **Rojo:** juventud, pasión, dinamismo, crispación.
  - **Verde:** naturaleza, frescor, equilibrio.
  - **Azul:** frescor, claridad, ligereza, tranquilidad.
  - **Blanco:** limpieza, pureza, sobriedad, claridad.
  - **Negro:** elegancia, sofisticación
- **AMBIENTE**
- **SLOGAN:** resume lo principal del mensaje verbal. Se fija en la memoria de la persona espectadora.
- **MARCA**
- **PRODUCTO**

## FASES DEL ANUNCIO eficaz: AIDA

- **Atención:** atraer la atención de la potencial persona consumidora
- **Interés:** captar su interés por el invento o producto/servicio
- **Deseo:** provocar el deseo y la necesidad de consumirlo
- **Acción:** hacer que lo compre

## TIPOS DE PUBLICIDAD

- **TV:** publicidad realizada a través de cadenas de televisión, bien a través de spots, patrocinios, microespacios temáticos... Es un medio caro!! y de gran impacto.
- **RADIO:** mantiene un público que por necesidades concretas o preferencias subjetivas escuchan el medio fielmente. No es muy cara y muy apropiada para según que producto.
- **PRENSA Y REVISTAS:** se trata de un medio leído por personas que buscan información, por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa.
- **VALLAS**, marquesinas, transporte público, letreros luminosos, etc. Debe ser muy directa e impactante, “un grito en la calle”, sin duda es la de mayor impacto.
- **PDV:** Se realiza por medio de muebles expositores, carteles, displays, pósters, etc. que se sitúan en el lugar en el que se realizará la venta. Es un refuerzo muy importante pues es allí donde se decide la compra.
- **PELÍCULAS DE CINE**, programas de TV, series, noticieros y similares.
- Campañas basadas en respuestas e **INTERACTIVIDAD** por parte de usuarios. Van desde letreros, hasta complejas campañas utilizando herramientas Web (blogs, comunidades virtuales de fotos y vídeos).

La publicidad mediante anuncios, consigue influir en nuestros gustos y dirigirnos hacia la compra. En los anuncios hay que transmitir el mensaje claramente y a simple vista.

→ A los/las alumnos/as se les plantea que reflexionen sobre los TIPOS DE PUBLICIDAD. A cada medio le tienen que añadir las características que más le identifiquen:

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Radio                        | <input type="checkbox"/> El más caro                       |
| <input type="checkbox"/> TV                           | <input type="checkbox"/> El más efectivo                   |
| <input type="checkbox"/> Páginas Web, blogs, etc.     | <input type="checkbox"/> El de mayor impacto               |
| <input type="checkbox"/> Vallas                       | <input type="checkbox"/> El más económico                  |
| <input type="checkbox"/> Buzoneo                      | <input type="checkbox"/> Información más extensa y precisa |
| <input type="checkbox"/> Anuncio en prensa o revistas | <input type="checkbox"/> Muy utilizado                     |

#### **EJERCICIO 4: “EL ANUNCIO”**

##### **1.º CICLO DE ESO Y 2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO:**

→ Cada grupo será el encargado de inventar un anuncio publicitario (en papel o cartulina) utilizando la información recibida para dar a conocer el invento o producto/servicio.

### 3.3. ORGANIZACIÓN

Es necesario pensar cómo vamos a organizar la empresa. Analizar una serie de pautas imprescindibles como son:

- Qué tareas asumirá la persona empresaria, qué tareas las personas trabajadoras y qué se subcontratará.
- Detallar el número de personas que trabajará en la empresa y las tareas que llevará a cabo cada una de ellas.
- Detallar cómo seleccionaremos el personal de nuestra empresa: empresas de trabajo temporal, consultoras, escuelas de negocios, personas conocidas, etc.

#### 3.3.1. EL ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, haciendo un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales en vigor en la organización.

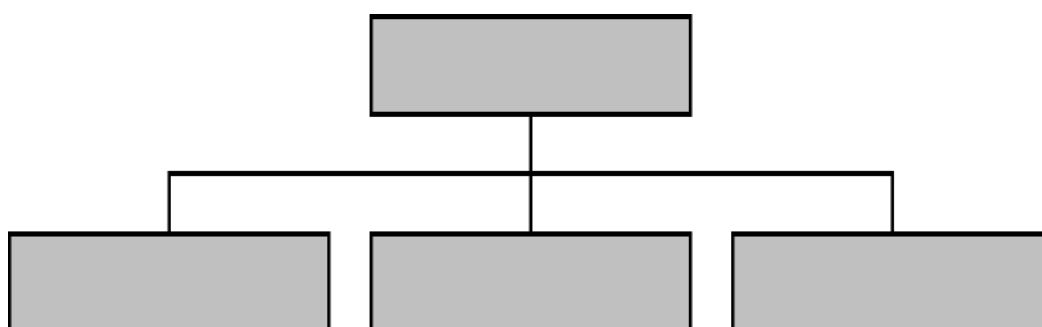
Desempeña un papel informativo, al permitir que cada integrante de la organización y las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales.

Todo organigrama tiene que cumplir los siguientes requisitos:

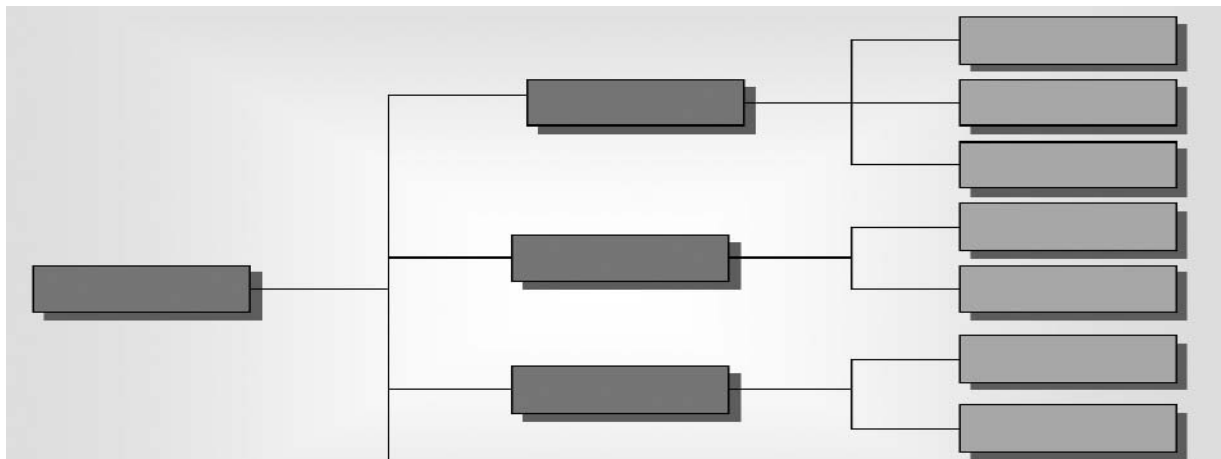
- 1) obtener todos los elementos de autoridad, los diferentes niveles de jerarquía, y la relación entre ellos,
- 2) tiene que ser fácil de entender y sencillo de utilizar,
- 3) debe contener únicamente los elementos indispensables.

Hay muchos tipos de organigrama dependiendo del modelo de organización, pero los más habituales son:

**VERTICALES:** los niveles de responsabilidad más bajos estarían en la parte inferior del organigrama y en la medida que se asciende a niveles superiores, más responsabilidad.



**HORIZONTALES:** La autoridad va de izquierda a derecha; cuanto mas a la izquierda esté la figura correspondiente, mayor es su autoridad.



### 3.3.2. LOS CONTRATOS DE TRABAJO

Es el acuerdo entre el empresario/a y persona trabajadora por el que ésta se obliga a prestar determinados servicios por cuenta del/la primero/a y bajo su dirección a cambio de una retribución.

#### QUIÉN PUEDE FIRMAR UN CONTRATO?

##### PUEDEN FIRMARLO

- Personas mayores de edad (18 años).
- Personas menores de 18 años legalmente emancipadas.
- Personas mayores de 16 y menores de 18 si tienen autorización de los progenitores o de quien las tenga a su cargo. Si viven de forma independiente, con el consentimiento expreso o tácito de sus progenitores o tutores.
- Personas extranjeras de acuerdo con la legislación que les sea aplicable.

##### DURACIÓN

Un contrato de trabajo puede ser indefinido (fijo), o bien tener una duración determinada (temporal).

En principio todo contrato de trabajo es indefinido y a jornada completa, salvo que en el contrato de trabajo se establezca lo contrario.

Las normas que regulan cada tipo de contrato temporal, establecen cuál es la duración mínima y máxima del contrato.

## **DERECHOS DE LA PERSONA TRABAJADORA**

- A la ocupación efectiva durante la jornada de trabajo.
- A la promoción y formación en el trabajo.
- A no ser discriminada para acceder a un puesto de trabajo.
- A la integridad física y a la intimidad.
- A percibir puntualmente la remuneración pactada.
- Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

## **DEBERES DE LA PERSONA TRABAJADORA**

- Cumplir las obligaciones concretas del puesto de trabajo conforme a los principios de la buena fe y diligencia.
- Cumplir las medidas de seguridad e higiene que se adopten.
- Cumplir las órdenes e instrucciones de el/la empresario/a en el ejercicio de su función directiva.
- No realizar la misma actividad que la empresa en competencia con ella.
- Contribuir a mejorar la productividad.
- Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

## **MODALIDADES DE CONTRATACIÓN**

**CONTRATO INDEFINIDO:** no se establece límites de tiempo en la prestación de servicios.

**CONTRATO A TIEMPO PARCIAL:** prestación de servicios durante un número de horas al día, a la semana, al mes o al año, inferior al considerado como habitual en la actividad de que se trate en dichos periodos de tiempo.

**CONTRATO POR OBRA O SERVICIO:** tiene por objeto la realización de obras o servicios dentro de la actividad de la empresa. La duración depende del final de la obra o servicio.

### **CONTRATOS FORMATIVOS**

- **CONTRATO PARA LA FORMACIÓN:** se hace a jóvenes que tengan que adquirir una formación teórico práctica para el desempeño del trabajo. La franja de edad es de 16 a 21 años y la duración es de dos años como máximo.
- **CONTRATO EN PRÁCTICAS:** para personas diplomadas, universitarias, etc. y que no hayan transcurrido más de cuatro años desde la terminación de los estudios.
  - A la terminación del contrato, la empresa deberá expedir un certificado en el que conste la duración de las prácticas, el puesto o puestos de trabajo ocupados y las principales tareas realizadas en cada uno de ellos.

- Ninguna persona podrá estar contratada en prácticas en la misma o distinta empresa por tiempo superior a dos años en virtud de la misma titulación.

**CONTRATO DE RELEVO:** cuando un/a trabajador/a sustituye a otro/a trabajador/a de la empresa que accede a la jubilación parcial. Se celebrará simultáneamente con el contrato a tiempo parcial que se pacte con este último.

**CONTRATO INTERINO:** tiene por objeto sustituir a trabajadoras y trabajadores con derecho a reserva del puesto de trabajo, en virtud de norma, convenio colectivo o acuerdo individual o para cubrir temporalmente un puesto de trabajo durante el proceso de selección o promoción para su cobertura definitiva.

**CONTRATO EVENTUAL:** tienen por finalidad atender acumulación de tareas, excesos de pedidos, etc., duración máxima 6 meses (dentro de 12 meses).

### 3.3.3 FORMA JURÍDICA

Es necesario tener claro los criterios a partir de los cuales hay plantearse optar por la forma jurídica más adecuada. La primera decisión que debemos tomar es si constituimos una sociedad o actuamos como empresaria o empresario individual. Esta decisión está condicionada por:

- El número de promotores/as que integran el proyecto.
- El tipo de actividades de la empresa.
- La limitación de responsabilidad frente a terceras personas.
- Los aspectos fiscales.
- El capital necesario para iniciar la actividad.

Establecer qué tipo de forma jurídica adoptará el negocio y las razones de esta elección. En el caso de ser una sociedad, explicar cómo estará distribuido el capital entre los socios y socias y los acuerdos que adopten.

A continuación presentamos un cuadro con las formas jurídicas posibles (fuente: Administración general del estado), y vamos a explicar con más detalle las que son más habituales.

PERSONALIDAD	FORMA	N.º DE SOCIOS/AS	
<b>PERSONAS FÍSICAS</b>	<b>EMPRESARIO/A INDIVIDUAL</b>	1	
	<b>COMUNIDAD DE BIENES</b>	Mínimo 2	
	<b>SOCIEDAD CIVIL</b>	Mínimo 2	
<b>PERSONAS JURÍDICAS</b>	SOCIEDADES MERCANTILES	SOCIEDAD COLECTIVA	Mínimo 2
		<b>SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</b>	Mínimo 1
		<b>SOCIEDAD ANONIMA</b>	Mínimo 1
		SOCIEDAD COMANDITARIA POR ACCIONES	Mínimo 2
		SOCIEDAD COMANDITARIA SIMPLE	Mínimo 2
	SOCIEDADES MERCANTILES ESPECIALES	<b>SOCIEDAD LABORAL</b>	Mínimo 3
		<b>SOCIEDAD COOPERATIVA</b>	Mínimo 3
		SOCIEDAD DE GARANTIA RECÍPROCA	Mínimo 150
		ENTIDADES DE CAPITAL RIESGO	Consejo de Admón.: Mínimo 3
		AGRUPACIÓN DE INTERÉS ECONOMICO	Mínimo 2
		SOCIEDAD DE INVERSIÓN MOBILIARIA	

## 1. EMPRESARIO/A INDIVIDUAL

- Persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional.
- Control total de la empresa por parte del propietario o propietaria, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario/a), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario/a.
- Entre otras, una VENTAJA es que es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño.
- Entre otros, un INCONVENIENTE es que responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad. Si el empresario o empresaria están casados puede dar lugar a que sus actividades alcancen al otro cónyuge.

## 2. COMUNIDAD DE BIENES

- Contrato por el cual la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece pro indiviso a varias personas.
- La Comunidad de Bienes no tiene personalidad jurídica propia, se rige por el Código de Comercio en materia mercantil y por el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.
- No se exige aportación mínima. Pueden aportarse solamente bienes, pero no puede aportarse sólo dinero o trabajo. Se exige un mínimo de 2 socios/as.
- La responsabilidad frente a terceras personas es ilimitada.

## 3. SOCIEDAD CIVIL

- Contrato por el que dos o más personas ponen en común capital, con propósito de repartir entre si las ganancias.
- El capital está formado por las aportaciones de los socios o socias, tanto en dinero como en bienes o industria.
- Cuando los pactos sean secretos se registrarán por las disposiciones relativas a la Comunidad de Bienes.
- No existe capital mínimo legal para su constitución. El número mínimo de socios/as será de dos. La responsabilidad de los socios/as es ilimitada.

## 4. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- Sociedad de carácter mercantil en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, se integrará por las aportaciones de todos los socios y socias, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.
- En la denominación deberá figurar la indicación “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, “Sociedad Limitada” o sus abreviaturas “S.R.L.” o “S.L.”.

- El capital social, constituido por las aportaciones de los socios y socias, no podrá ser inferior a 3.005,06 euros. Deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.
- Sólo podrán ser objeto de aportación social los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica, en ningún caso trabajo o servicios.

## **5. SOCIEDAD ANONIMA**

- Sociedad de carácter mercantil en la que el capital social, que estará dividido en acciones, se integrará por las aportaciones de los socios/as, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.
- En la denominación deberá figurar necesariamente la expresión “Sociedad Anónima” o su abreviatura “S.A.”.
- El capital social, constituido por las aportaciones de los socios/as, no podrá ser inferior a 60.101,21 euros. Deberá estar totalmente suscrito en el momento de la constitución de la sociedad y desembolsado en un 25% al menos, el valor nominal de cada una de sus acciones.

## **6. SOCIEDAD LABORAL**

- Sociedades anónimas o sociedades de responsabilidad limitada en las que la mayoría del capital social es propiedad de los trabajadores y trabajadoras que prestan en ellas servicios retribuidos en forma personal y directa, cuya relación laboral es por tiempo indefinido.
- En la denominación deberá figurar la indicación “Sociedad anónima laboral” o “Sociedad de responsabilidad limitada laboral” o sus abreviaturas SAL o SLL.
- El capital social estará dividido en acciones nominativas o en participaciones sociales.
- Cuando se trate de sociedades anónimas laborales, el capital social mínimo será de 60.101,21 euros, desembolsado al menos en un 25 por ciento en el momento de la constitución.
- Si se trata de sociedades limitadas laborales el capital social mínimo será de 3.005,06 euros, desembolsado en el momento de la constitución.
- La responsabilidad de los socios y socias frente a terceras personas estará limitada a sus aportaciones.

## **7.- SOCIEDAD COOPERATIVA**

- Sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para realizar actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático.
- Los Estatutos fijarán el capital social mínimo con que puede constituirse y funcionar la cooperativa, que deberá estar totalmente desembolsado desde su constitución.
- El capital social estará constituido por las aportaciones de los socios y socias y se realizarán en moneda de curso legal. Si lo prevén los Estatutos o, lo acordase la Asamblea General, también podrán consistir en bienes y derechos susceptibles de valoración económica.
- En las cooperativas de primer grado el importe total de las aportaciones de cada socio/a no podrá exceder de un tercio del capital social, excepto cuando se trate de sociedades coopera-



tivas, entidades sin ánimo de lucro o sociedades participadas mayoritariamente por cooperativas.

- La responsabilidad de los socios y socias por las deudas sociales estará limitada a las aportaciones al capital social suscrito, estén o no desembolsadas en su totalidad.

### 3.4. PLAN FINANCIERO

Las previsiones financieras tienen en cuenta todos los elementos económicos de la empresa: ingresos, gastos, cobros, pagos, resultados, etc.

Las grandes áreas que se deben tener en cuenta, son:

1. La **financiación** que se analiza a través del **plan de inversión**. Se prevé lo necesario para la puesta en marcha, para el desarrollo de la actividad, así como para llevar a cabo nuevas inversiones a corto y medio plazo.
2. La **cuenta de resultados** analiza los ingresos, los gastos, los resultados y la capacidad de autofinanciación producida por los resultados.
3. La tesorería que se analiza a través del **plan de tesorería**, y en el cual se ve cuando hay entradas de dinero (cobros) y salidas (pagos) y con ello sabemos el dinero líquido con el que contamos.
4. Todo lo anterior nos dará el **Balance**.

#### 3.4.1. PLAN DE INVERSIONES INICIALES Y FINANCIACION

El objetivo del plan de inversiones y financiación inicial, es reflejar las inversiones previas necesarias para la puesta en marcha de la empresa, así como los recursos permanentes que se espera obtener y que deberían cubrir las inversiones proyectadas.

Las necesidades financieras comprenden:

- Gastos de establecimiento: permisos, licencias de actividades, altas IAE y SS de autónomos y sociedades mercantiles (en su caso), gastos de formalización de prestamos, gastos de asesoramiento, consultoría etc.
- Inversiones en las que se incluirán: Inmovilizado (terrenos y/o locales, acondicionamiento de locales, terrenos, primeras compras de productos, maquinaria, herramientas, utillaje, ordenadores, etc.).
- Saldo inicial con el que empezar la actividad.
- Dinero inicial para financiar la compra de productos (stock inicial).

Los **RECURSOS ECONÓMICOS** están compuestos por:

- Recursos propios aportado por los propios accionistas o socios/as: capital social.
- Recursos ajenos. Préstamos obtenidos por entidades de crédito.
- Ayudas y subvenciones públicas.

El importe total de las inversiones que sea necesario hacer, debe corresponderse con la financiación que debemos obtener. Es por eso por lo que es importante determinar con la mayor exactitud posible el importe de la inversión y poder ver así la financiación (el dinero) que necesitamos.

La **FINANCIACIÓN** se puede obtener mediante:

- Préstamo bancario **a largo plazo**. Una entidad financiera entrega al solicitante el capital solicitado. La devolución es en el plazo y con los intereses fijados.
- A través de préstamos a **corto o medio plazo o cuenta de crédito**, el banco pone a disposición de la empresa un saldo que se puede ir utilizando en la medida en que se va necesitando.
- **Leasing**: Es alquiler con opción a compra. Se utiliza para financiación de equipamientos o bienes inmobiliarios.
- **Aportaciones al capital social**. Las propias aportaciones de los/las socios /as siempre deben existir en mayor o menor medida aunque existan otras formas de financiación.
- **Autofinanciación**: Los beneficios de la empresa reservados por ella para su financiación.
- **Subvenciones oficiales de capital**: Las subvenciones que se obtienen de las administraciones públicas.

Los conceptos que hay que tener en cuenta desde el punto de vista contable, son:

- **Elementos de transporte**: vehículos de todas clases
- **Equipos informáticos**
- **Gastos de constitución**: gastos de notaría, de registro mercantil, etc.
- **Gastos de primer establecimiento**: los necesarios hasta que la empresa inicia su actividad.
- **Inmovilizado financiero**: avales, garantías, fianzas, etc.
- **Inmovilizado inmaterial**: elementos patrimoniales intangibles constituidos por derechos susceptibles de valoración económica.
- **Instalaciones técnicas**: unidades complejas, de uso especializado en el proceso productivo, como: edificaciones, maquinaria, material, etc.
- **Maquinaria**
- **Mobiliario**: mobiliario, material y equipos de oficina, con excepción de los equipos informáticos y demás conjuntos electrónicos.
- **Utillaje**: conjunto de herramientas que se pueden utilizar autónomamente o conjuntamente con la maquinaria.

## EJEMPLO DE PLAN DE INVERSIONES

	AÑO 2007
Elementos de transporte	5.000 €
Equipos informáticos	3.000 €
Gastos de constitución	860 €
Gastos primer establecimiento	7.100 €
Inmovilizado financiero	1.200 €
Inmovilizado inmaterial	1.000 €
Instalaciones	
Maquinaria	
Mobiliario	2.000 €
Oficinas o locales	
Terrenos	
Utillaje	
<b>TOTAL</b>	<b>20.160 €</b>

### 3.4.2. LA CUENTA DE RESULTADOS

Nos muestra el resultado de la empresa una vez restados los gastos variables y fijos de los ingresos previstos. Representa los resultados que queremos conseguir a medio y largo plazo.

- **INGRESOS:** Ventas y otros ingresos que puede realizar la empresa. No implica necesariamente que entre dinero en la empresa, ya que igual nos lo pagan dentro de dos meses.
- **GASTOS:** Compras y otros gastos necesarios para la actividad de la empresa. No implica necesariamente que salga dinero en la empresa, ya que igual no lo pagamos hasta dentro de dos meses.
- **COSTES FIJOS o de ESTRUCTURA:** Son los gastos que se producen independientemente del volumen de actividad que tengamos. Por ejemplo: gastos de personal, gastos de publicidad, gastos de alquiler, etc.

- **COSTES VARIABLES o de ACTIVIDAD:** Son gastos directamente relacionados con nuestra actividad y varían en función de la misma. Por ejemplo: Mano de obra de producción, subcontratas, gastos de transporte y mercancías, etc.
- **EL MARGEN BRUTO:** Diferencia entre la cifra de ventas (producción, ingresos) y los costes variables.
- **EL UMBRAL DE RENTABILIDAD o PUNTO MUERTO:** Es aquel volumen de ventas que cubre todos los costes fijos, más los costes variables de producción; aquel volumen mínimo a partir del cual la empresa empieza a obtener beneficios.

Es importante hacer una previsión lo más precisa posible de los ingresos que vamos a tener y los costes variables que esos ingresos van a suponer. Para ello, hay que:

- enumerar los productos o servicios que vamos a poner en el mercado
- calcular un precio por producto o servicio
- calcular y cuantificar los costes variables que intervienen en cada producto/servicio
- hacer una previsión de las unidades de cada producto/servicio que se espera vender cada año
- calcular los ingresos anuales
- calcular el margen, restando los costes variables de los ingresos

### 3.4.3. PLAN DE TESORERÍA

Nos permite observar la liquidez de la empresa, es decir, la capacidad para hacer frente a pagos a terceras personas y así prevenir las necesidades de financiación que puedan surgir.

La elaboración del Plan de Tesorería es de gran utilidad como instrumento de ayuda para determinar las entradas y salidas de caja y para planificar la liquidez. Es importante resaltar la diferencia entre ingreso y cobro y entre gasto y pago.

- **COBROS:** Entradas de dinero en las cuentas de la empresa (se cobra el producto/servicio que vendimos)
- **PAGOS:** salidas de dinero de las cuentas de la empresa (pagamos lo que hemos comprado).

Se puede dar el caso que contabilicemos un ingreso y que el cobro no se produzca jamás: por ejemplo, cuando el/la cliente es moroso y deja de pagar. Y viceversa, podemos cobrar un dinero que no es un ingreso: cuando un/a cliente nos paga una factura con IVA, aunque recibimos liquidez, no podemos considerar la parte del impuesto como un ingreso propio (puesto que es para Hacienda).

El mismo análisis puede aplicarse a la diferencia entre gasto y pago. El gasto se produce cuando se genera la obligación (con un/a proveedor, con Hacienda, etc.). El pago se genera cuando se produce la salida de caja.

#### 3.4.4. EL BALANCE

El balance es el reflejo de la situación económico - financiera de la empresa en un momento dado, puesto que identifica lo que tiene (sus derechos o activo) y lo que debe (sus obligaciones o pasivo). Refleja la situación patrimonial de la empresa a una fecha determinada. Se desglosa en:

- **ACTIVO:** Está constituido por los bienes y derechos de la empresa. Refleja bienes e inversiones ordenados según su mayor o menor grado de liquidez (esto es, la facilidad para que esos derechos se conviertan en dinero metálico).
- **PASIVO:** Indica las obligaciones de la empresa, que también son fuentes de financiación de las inversiones reflejadas en el activo. También se ordenan según su mayor o menor exigibilidad, o sea, según el mayor o menor plazo para efectuar su devolución.

## EJERCICIO 5: **TABU** (2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO)

Se divide la clase en cuatro grupos, que jugarán por turnos. El profesorado dispone de 9 tarjetas en cada una de las cuales aparece en mayúsculas la palabra que tienen que adivinar y en minúsculas 3 palabras que no pueden mencionar para describirla. En cada turno daremos a un miembro diferente del equipo una tarjeta. Éste deberá leerla y tratar de explicar a sus compañeros y compañeras de equipo cuál es la palabra que aparece escrita en mayúsculas, sin pronunciar las demás.

Explica:

### **INGRESO**

Sin decir:

- cobrar
- sueldo
- dinero

Explica:

### **GASTO FIJO**

Sin decir:

- mes
- dinero
- pagar

Explica:

### **GASTO VARIABLE**

Sin decir:

- cambiar
- mes
- mas/menos

Explica:

### **PRESUPUESTO**

Sin decir:

- gastos
- documento
- precio

Explica:

### **PRESTAMO**

Sin decir:

- solicitar
- banco
- financiar

Explica:

### **FACTURA**

Sin decir:

- papel
- pago
- precio

Explica:

### **DINERO**

Sin decir:

- billete
- moneda
- pagar

Explica:

### **TESORERIA**

Sin decir:

- liquidez
- caja
- cobros/pagos

Explica:

### **NUMEROS ROJOS**

Sin decir:

- cuenta
- dinero
- banco

### 3.5. PRESENTACIÓN ESCRITA DEL PROYECTO EMPRESARIAL

Se presenta un proyecto para darlo a conocer, para conseguir recursos externos, para crear la necesidad de usar o consumir los productos o servicios, etc.

Es importante tener mucho cuidado a la hora de redactar el proyecto. Utilizar palabras adecuadas, párrafos cortos y precisos y utilizar gráficos y cuadros aclaratorios.

#### INDICE

##### 1. INTRODUCCIÓN:

- Cómo surge la idea, en qué momento y por qué.
- Currículo o presentación del grupo

##### 2. PLAN DE VIABILIDAD:

- Estudio de mercado: la encuesta
- Resultados y conclusiones

##### 3. LA FUTURA EMPRESA

- Denominación y logotipo de la empresa
- Ubicación
- Definición del producto o servicio, diferenciación con la competencia
- Política de precios y promoción
- Plan de publicidad
- Forma jurídica
- Organigrama
- Plan de inversión y financiación

#### ANEXOS

#### BIBLIOGRAFÍA

#### AGRADECIMIENTOS

## **EJERCICIO 6: “NUESTRO INVENTO / PLAN DE NEGOCIO”**

### **1.º CICLO DE LA ESO Y 2.º CICLO DE LA ESO Y BACHILLERATO**

- Con todo lo visto hasta ahora y con los ejercicios que hemos ido haciendo, recopila toda la información que necesites y consideres necesaria para poder desarrollar vuestro taller de inventos o vuestro plan de negocio.
- La idea, a quien va dirigida, presupuesto que necesitas, quienes lo vais a desarrollar, cómo os vais a organizar, etc.



ANEXO PARA BACHILLERATO

## ESTRUCTURA DEL MERCADO LABORAL

1. MERCADO LABORAL HOY
2. CURRÍCULO VITAE

## ESTRUCTURA DEL MERCADO LABORAL

### 1. Mercado laboral hoy

El mercado de trabajo es el conjunto de ofertas y demandas de empleo que existen en un lugar determinado (país, región, provincia, localidad,..).

Desde hace algún tiempo nuestro modelo económico actual esta dando signos de debilidad y de agotamiento. Se está observando que la economía ha estado mucho tiempo excesivamente centrada en la construcción, habiendo poca inversión en I + D y poca inversión extranjera.

La gran empresa y la administración pública, espacios en los cuales tradicionalmente se han basado las aspiraciones laborales de muchos estudiantes, ya no disponen de la capacidad empleadora de antes y han sido sustituidas en gran medida por pequeñas y medianas empresas (PYMES). Hoy en día el 99 % de las empresas tienen menos de 50 personas trabajadoras. Por tanto ya no vale el esquema de trabajo para toda la vida estable e inamovible que ha sido base fundamental de nuestra cultura.

Por el contrario nos encontramos con que el mercado de trabajo requiere una mayor flexibilidad y adaptación. Es precisa por tanto, la adaptación de la brecha existente entre las aspiraciones y las expectativas de los /las estudiantes y la realidad del mundo laboral.

Se sigue viendo la opción del autoempleo como más insegura o con más riesgos y por lo tanto, en general, sólo se contempla como una opción a valorar en el caso de que fallen el resto de opciones.

La estructura básica del mercado laboral es la siguiente:

#### **Población ACTIVA:**

- Todas las personas en edad legal de trabajar. En España las personas entre los 16 y los 65 años.
- Equivale a la suma de las personas ocupadas y las desempleadas.
  - **Ocupados/as:** Parte de la población activa que realiza alguna actividad remunerada, ya sea por cuenta ajena o por cuenta propia.
  - **Desempleados/as:** Parte de la población activa que desea trabajar, pero que no encuentra empleo.

**Población INACTIVA:** Estudiantes, personas jubiladas, personas que no demandan trabajo , etc.

Saber en qué se quiere trabajar ayudará a definir qué conviene más. Elegir entre trabajar de forma dependiente en una empresa u organismo que retribuirá con un salario u organizar una empresa propia. Cada una de estas formas de trabajo tienen ventajas y limitaciones, veamos cuáles:

→ Se les plantea que rellenen el siguiente cuadro:

TRABAJO POR CUENTA AJENA		AUTOEMPLEO	
VENTAJAS	DESVENTAJAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS

### Trabajo asalariado (o por cuenta ajena)

Es aquel trabajo en el que se depende de una persona u organización que nos emplea y nos paga un salario por cumplir determinadas tareas. Las ventajas y desventajas ante este tipo de trabajo son:

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Cada mes recibes un salario fijo, esto te permite saber con qué cantidad de dinero cuentas al mes.	No puedes organizar tu tiempo como quieres, debes acomodarlo a un horario poco flexible (no se puede cambiar)
Si estás en plantilla tienes derecho a beneficios sociales (pagas extraordinarias, seguro médico, permisos por maternidad, bajas por enfermedad, subsidios, jubilación, etc.)	Muchas veces lo que te pagan no corresponde a las obligaciones y tiempo que dedicas al trabajo.
Tienes un horario fijo. Puedes organizar tu día sabiendo con que tiempo cuentas.	Debes aprender a trabajar bajo la dirección de otra u otras personas.
Tienes un contrato que te protege, en él están tus obligaciones y derechos como trabajador/a.	

## Trabajo no asalariado (por cuenta propia)

Es aquel trabajo realizado de manera independiente, tanto de forma individual como colectiva mediante el cual se generan los propios ingresos económicos.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
No se depende de nadie, somos nuestro propio jefe. Uno mismo/a decide cómo debe realizarse el trabajo.	Se debe tener un capital para empezar, esto supone un riesgo.
El horario lo marcan la clientela, dependiendo de sus necesidades.	No se tendrá salario fijo, los ingresos variarán.
La empresa crece, pueden trabajar otras personas.	No hay un horario fijo, se trabaja según las necesidades de la empresa y de la clientela.
Mayor autonomía personal	Si el negocio crece, se tendrá la responsabilidad con otras personas dependientes de la empresa económicamente.

Tener un objetivo profesional claro es muy importante, ya que sólo si sabes lo que quieres hacer, podrás planificarlo del modo más eficaz y con ello, aumentar las posibilidades de alcanzarlo. Ten en cuenta que las posibilidades profesionales futuras dependen de lo que hagas a partir de ahora.

Todas las empresas seleccionan a su personal de diferentes formas, a través de una entrevista, de alguna prueba o examen, también es habitual que pidan que se les entregue un “currículum vitae” u hoja de datos personales donde estén sus estudios y su experiencia de trabajo.

Para cada puesto de trabajo u ocupación se elabora un perfil de la persona que podría ocuparlo, estableciendo los requisitos mínimos necesarios que debe tener el candidato o la candidata. Estos requisitos se anuncian a través de diferentes canales: de la empresa, la prensa escrita o la radio, las bolsas de trabajo existentes, etc...

Los aspectos que tomarán en cuenta cuando los/las demandantes os presentéis a un puesto de trabajo u ocupación son:

- estudios que habéis realizado
- conocimientos relacionados con el puesto de trabajo
- formación complementaria
- experiencia laboral en general similares
- contar con toda la documentación que pruebe lo que habéis hecho
- habilidades de comunicación

El mercado de trabajo cambia y las exigencias también, por lo que habréis de estar dispuestos/as a mejorar vuestros conocimientos y estar al día con los requisitos de la ocupación en la que trabajáis.

Es importante que contempléis el trabajo por cuenta propia como una opción profesional y personal más.

Si queréis alcanzar éxito profesional, tenéis que aprovechar vuestras capacidades al máximo. El desarrollo de habilidades, junto a los conocimientos adquiridos y vuestra actitud, os permitirán alcanzar las competencias requeridas para desempeñar los nuevos perfiles profesionales, tanto en un trabajo por cuenta propia como ajena.

## 2. CURRÍCULO VITAE

Es un “HISTORIAL DE VIDA LABORAL” en el que se refleja brevemente la trayectoria profesional, los estudios realizados, los intereses y las actitudes personales. Es precisamente en estos últimos puntos donde vamos a incidir entendiendo que en ésta fase el interés fundamental radica en saber y analizar los propios intereses y las actitudes.

### SABÍAS QUE....

El currículum ofrece una **imagen** nuestra.

Es la primera y única información que tiene la empresa de nosotros/as.

El **contenido** del currículum vitae debe responder o adaptarse al puesto de trabajo al que se aspira.

- Utilizar papel de buena calidad (tamaño DIN-A4).
- Escribirlo a ordenador.
- Dejar amplios márgenes y apartados bien diferenciados.
- El lenguaje tiene que ser conciso, breve y claro, su extensión no debe sobrepasar 2 hojas.
- Entrega el currículum original y guárdate una copia.
- Acompañar el currículum con una carta de presentación.
- Si es necesario, adjuntar una fotografía, procurando que sea reciente y de calidad.
- Si buscas el primer empleo, amplía los contenidos, asignaturas, materias y demás conocimientos profesionales que adquiriste.
- Destaca el número de teléfono donde te pueden localizar.
- El currículum debe desprender confianza y seguridad en ti mismo/a y en tu valía profesional, debes ser optimista.

## CÓMO SE REDACTA UN CURRÍCULUM

### DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos  
Lugar y fecha de nacimiento  
Dirección  
D.N.I.  
Nº de teléfono  
Correo electrónico

### FORMACIÓN ACADÉMICA

Fecha  
Título y especialidad  
Centro docente/Lugar

### FORMACIÓN ESPECIALIZADA (cursos, talleres de empleo,...)

Fecha  
Título del curso  
Duración  
Centro

### OTROS CONOCIMIENTOS

Informática, idiomas, ... ; indicar títulos y nivel.

### OTROS DATOS DE INTERÉS

Participación en congresos, becas, seminarios, situación personal, si dispones de carnet de conducir, si tienes disponibilidad geográfica,...

### \*\*\* EXPERIENCIA PROFESIONAL

Fechas  
Actividad principal/Empresa/ Puesto desempeñado

### OTRAS EXPERIENCIAS LABORALES

Trabajos no relacionados directamente con tu formación académica recibida

\*\*\* *Estos puntos ahora mismo al tener menos entidad, habría que centrarse más tanto en la formación como en los datos de interés.*

## **EJERCICIO 7: “LA SELECCIÓN”:**

### **BACHILLERATO**

- Plantear un Role-playing en el que el alumnado simule una selección de personal.
- En primer lugar tendrían que definir el puesto que van a buscar y establecer los puntos fundamentales a tener en cuenta en la selección.
- Se definen los criterios para que las personas entrevistadas hagan los curriculums en base a lo que se pide.
- Un grupo hace de entrevistador.
- Otro grupo de entrevistado.
- El tercer grupo haría de observador. Toman nota de todo lo que ven para luego comentar al resto de la clase como se ha desarrollado la dinámica.



## REFERENCIAS

- Informe final del grupo de expertos del Proyecto BEST, sobre educación y formación en el espíritu empresarial, Comisión Europea, 2002.
- Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. COM (2006) 33 final.
- Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones Plan de Acción: El programa europeo a favor del espíritu empresarial. COM (2004) 70 final.
- Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comisión Europea (2001).
- Libro Verde: El espíritu empresarial en Europa. Documento basado en COM (2003) 27, versión final.
- Informe del Consejo de “Educación” al Consejo Europeo sobre los futuros objetivos precisos de los sistemas de educación y formación.
- Cámaras de comercio y Ministerio de Educación y Ciencia (2006). Fomento del espíritu emprendedor.
- BOPV, martes 13 de noviembre de 2007. Decreto 175/2007. Disposiciones generales del Departamento de Educación, Universidades e Investigación.
- José Ángel Paniego (2002). Cómo podemos educar en valores. Editorial CCS.



## PAGINAS WEB DE INTERÉS

- [www.valnaloneduca.com](http://www.valnaloneduca.com)
- [www.eje.valnaloneduca.com](http://www.eje.valnaloneduca.com)
- [www.garapen.net/castellano/index.htm](http://www.garapen.net/castellano/index.htm)
- [www.inem.es](http://www.inem.es)
- [www.bilbao.net/lanekintza](http://www.bilbao.net/lanekintza)
- [www.bizkaia.net](http://www.bizkaia.net)
- [www.euskadi.net](http://www.euskadi.net)
- [http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/index.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/index.htm)
- <http://mec.eswww.emprendedores.es>