



## **EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA**

# Entrepreneurship



## **PLAN DE EMPRESA**

Este cuaderno-modelo de plan de empresa pretende dar respuesta a las dificultades planteadas o encontradas por los emprendedores/as (alumnado) a la hora de organizar la información que vais a ir recopilando para elaborar vuestro plan de negocio.

Se trata de un recurso que facilita el camino de los/as emprendedores/as en el comienzo de su negocio y, en nuestro caso, en el desarrollo del curso. Es una herramienta dinámica de reflexión que proporciona una visión organizada de los distintos apartados del plan de negocio o proyecto de empresa.

El resultado del mismo os dará información sobre si vuestro planteamiento o proyecto de negocio es adecuado y viable, o si por el contrario, tendréis que ir modificando el mismo para; adaptarlo a las necesidades del mercado, dotarlo de nuevas formas de financiación para hacerlo más sólido, o replantear los recursos humanos con los que contáis,...

El plan de empresa es un documento circular o en permanente revisión ya que el trabajo de planificación o investigación de cada uno de los apartados se va convirtiendo en la base sobre la que tomar decisiones o construir las siguientes fases o apartados del proyecto. Al mismo tiempo el trabajo en los sucesivos apartados del plan nos puede sugerir o invitar a realizar cambios en las decisiones que habíamos adoptado anteriormente.

En su desarrollo utilizaremos como estructura permanente de ayuda o apoyo la web del profesor. <https://elprofedefol.wixsite.com/acci/eie>

## 1. LA IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio es el pilar básico de toda actividad económica, constituye su comienzo y de ella parten los emprendedores para construir su empresa. Esta idea puede surgir por diferentes motivos: como opción de autoempleo, para desarrollar la profesión para la que nos hemos capacitado, cubrir nichos de autoempleo, continuar negocio familiar, etc. Una vez que se haya detectado una oportunidad de negocio, para decidir si finalmente iniciamos la actividad económica, es fundamental hacer un análisis previo de la idea. En este análisis estudiaremos la parte técnica y económica del proyecto, pudiendo darse tres situaciones, que lo pongamos en marcha, que abandonemos la idea por ser inviable y que modifiquemos la misma para adaptarla a nuestros recursos y/o las necesidades del mercado. A menudo es esta última opción la que se da en la mayor parte de los casos.

Ahora pasaremos a describir la idea de negocio concreta. Es importante que ésta esté bien definida, porque de este planteamiento desarrollaremos después el plan comercial y de marketing. Nos será de utilidad realizar el análisis DAFO de la idea. El análisis DAFO, como instrumento de evaluación, nos ayuda a determinar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con las que contamos o que potencialmente pueden presentársenos. Las debilidades y fortalezas son internas al proyecto, (formación y experiencia de los promotores, capacidad de financiación, ventajas comparativas del producto o servicio, cualidades personales de los promotores, etc.). Son los puntos débiles o fuertes que pueden afectar negativa o positivamente al cumplimiento de los objetivos propuestos.

Las oportunidades y amenazas son determinadas por el mercado o entorno en el que nuestro negocio deberá desenvolverse, (clientes, competencia, proveedores, factores demográficos, culturales, económicos, etc.). Están compuestas por fuerzas externas, que pueden ser positivas o negativas para la consecución de mis objetivos. Esta técnica de autoanálisis, también puesta en práctica en las primeras fases de la construcción del proyecto de negocio (cuando aún no se tiene clara la idea emprendedora), es un buen instrumento de desarrollo profesional. Si conocemos nuestras fortalezas y oportunidades sabremos explotarlas mejor, de igual forma, si detectamos los problemas y actuamos de forma preventiva, estaremos en posición de evitar que se produzcan situaciones poco recomendables para nuestro negocio.

Explique brevemente qué es lo que se os ha ocurrido, cuál es la idea para desarrollar vuestra empresa. La idea tendrá más posibilidades si además es innovadora o cubre un claro yacimiento de empleo desierto hasta el momento o es de tecnología punta.

### 1.1 La idea empresarial

¿Pensáis que es innovadora y rentable? ¿Por qué?

1.2.    Análisis DAFO de nuestra idea de negocio.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES   |
|------------|---------------|
|            |               |
| AMENAZAS   | OPORTUNIDADES |
|            |               |

- ¿Cómo afrontaremos nuestras debilidades y amenazas?

- ¿De qué forma aprovecharemos las oportunidades y fortalezas?

## 2. EL ESTUDIO DE MERCADO. LOCALIZACIÓN

El estudio de mercado está directamente vinculado a la decisión de ubicación o localización de nuestra actividad empresarial y, al mismo tiempo, la decisión de ubicar nuestra empresa en un lugar u otro está o debe estar relacionada al 99.99% con las condiciones del mercado.

Un estudio de mercado es una herramienta de análisis socioeconómico, que permite y facilita la obtención de datos. Estos datos serán analizados, para la decisión de localización de nuestra actividad y obtener como resultados las ventajas y posibles complicaciones de un producto/servicio dentro de ese mercado.

**Nos servirá fundamentalmente para:**

- Decidir la ubicación o localización de la empresa.
- *Diagnosticar* en un primer momento la Aceptación del Producto y/o Servicio en el Mercado.
- *Adoptar decisiones estratégicas* que definan nuestra actuación económica

Se trata de determinar si nuestro producto o servicio es susceptible de ser comprado con la demanda suficiente como para que nos sea rentable. Para realizar este estudio de mercado, deberíamos tener en cuenta los siguientes factores: los clientes, la competencia y el producto. Podemos usar diferentes técnicas de búsqueda de información, que podrán ser cuantitativas o/y cualitativas y que dependerán bastante del tipo de actividad y de los clientes a los que nos dirijamos, algunas de ellas:

### LA COMPETENCIA

Se debe analizar la competencia, sobre todo la más directa (aquellas empresas que ofrecen los mismos o similares productos o servicios).

Para la búsqueda de dicha información, nos puede ser de ayuda:

- Listados de empresas de la zona en la que vayamos a iniciar la actividad (éstas podemos obtenerlos en asociaciones empresariales, cámaras de comercio, etc.).
- Páginas Web de búsqueda de directorios de empresas o simplemente googlear.

## LOS CLIENTES

Se trata de determinar quiénes serán los clientes potenciales de nuestro negocio. Pueden ser particulares (consumidores finales), empresas, administraciones Públicas o asociaciones, fundaciones, etc. Es importante determinar quiénes son, dónde están, qué necesitan y qué demandan.

Para la búsqueda de dicha información, podremos hacer uso de:

**-Información estadística sobre características sociodemográficas** de la población de la zona donde pensamos iniciar el negocio. A través de la web podéis acceder a la plataforma SIMA para la obtención de datos socioeconómicos de cualquier localidad andaluza.

**-Encuestas en la zona** (pueden hacerse telefónicas, postales, por mail o personales desplazándose a la zona).

## EL PRODUCTO O SERVICIO

Se trata de analizar qué características será positivo que presente el producto/servicio que vamos a lanzar, para que la aceptación sea exitosa.

Hay que tener en cuenta lo que nos puede ofrecer el análisis de los distintos puntos siguientes:

**-Información estadística sobre características sociodemográficas** de la población de la zona donde pensamos iniciar el negocio. (Igual que en el punto anterior)

**-Encuestas en la zona** (pueden hacerse telefónicas, postales, por mail o desplazándose a la zona). (Igual que en el punto anterior)

**- Pequeños test de aceptación:** se trata de mostrar el producto o servicio de forma gratuita para observar la respuesta.

**- Campañas de marketing** hechas de productos/servicios iguales o similares al nuestro.

**- Características de los productos/servicios** presentes en el mercado (ofertados por nuestra competencia) que tienen más demanda.



## NUESTRO ESTUDIO DE MERCADO

**Investigación del entorno.** Intentaremos obtener todos los datos que consideremos relevantes para el proceso de toma de decisiones a lo largo del proyecto de empresa.

Si se decide una localización andaluza puede resultar de gran ayuda la información que podemos obtener del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).

<http://www.ieca.junta-andalucia.es/sima/index.htm>

**Datos relevantes:**

**Localización de nuestra actividad.** Para poder concretar o desarrollar nuestro estudio de mercado; análisis de la competencia, clientela, características de nuestros productos y/o servicios,..., tenemos que decidir la ubicación de nuestra empresa. Al final del estudio de mercado, y en base a la información obtenida o tratada, tendremos que justificar la decisión de localización o ubicación de nuestra actividad.

**Localización/ubicación de la actividad:**

## 2.1 Nuestra competencia:

| <b>Análisis Cuantitativo</b>                           | En mi localidad | En la provincia | En cualquier lugar |
|--------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Empresas que ofertan los mismos servicios o productos. |                 |                 |                    |
| Empresas que ofertan productos o servicios similares.  |                 |                 |                    |

### **Análisis Cualitativo**

¿Consideráis que a pesar de la oferta existente podéis posicionarnos en el sector? ¿Por qué?

Realizando un breve análisis DAFO con respecto a la competencia, ¿qué amenazas y que oportunidades tendréis con respecto a la misma?

## 2.2 Nuestros clientes.

|                                                   |  |
|---------------------------------------------------|--|
| Franja de edad                                    |  |
| Poder adquisitivo                                 |  |
| Nivel cultural                                    |  |
| Gustos                                            |  |
| Periodicidad y volumen de compras                 |  |
| Motivaciones                                      |  |
| Cualidades que demandan en el producto o servicio |  |
| Procedimiento de captación de clientes            |  |

Resumen de las características de nuestro cliente potencial:

### **2.3. Nuestro producto o servicio.**

Resumen de la información que hemos obtenido de los productos o servicios de la competencia tras investigar u observar la demanda de los mismos en la competencia, y/o tras realizar tests o encuestas de aceptación de nuestros propios productos o servicios:

### **2.4 Justificación de la localización/ ubicación de la actividad empresarial. Se realizará en base a la información obtenida y/o tratada a lo largo de la realización del estudio de mercado.**

### 3. PLAN DE PRODUCCIÓN

Tenemos que trazar el proceso que seguirá la empresa para producir sus productos o prestar sus servicios. El plan de producción tiene como objetivo especificar todos los aspectos técnicos, de producción del producto o servicio. Si su actividad se basa en el desarrollo, producción y comercialización de un producto, este apartado tiene que ampliar las fases del desarrollo y la producción.

Igualmente habrá que concretar qué materiales o materias primas componen el producto/servicio así como las instalaciones y equipos o máquinas idóneas para su correcta fabricación. En el caso de que, en lugar de un producto, pretenda ofrecer un servicio, lo que tendrá que especificar serán las operaciones que habrá que llevar a cabo desde su idea para que el servicio sea más que bueno.

#### 3.1 Características del plan

¿Cómo va a ser su proceso productivo? ¿Qué características considera que debe poseer para que sea eficiente? Explique, cómo ve estas características.

#### 3.2 Recursos materiales

Si se va a dedicar a producir algo, tiene que contar con maquinaria, o instalaciones específicas, todo esto está en la base del proyecto empresarial, así que se tiene que definir desde el principio.

##### Locales e instalaciones

¿Dónde instalaremos nuestra empresa? ¿Cuáles serán nuestras instalaciones? Los gastos iniciales son los más importantes y costosos, así que primero empezaremos por las instalaciones básicas para nuestra actividad para luego, si es necesario o conveniente, ampliar y expandirse.

### Equipos técnicos

¿Cuáles serán los equipos necesarios para la fabricación de los productos o la venta de los servicios? ¿Cuál es la maquinaria necesaria para la creación de nuestro producto? Hagamos un breve desarrollo de sus características básicas.

### Materias primas / proveedores

Para empezar a producir, necesitamos unas cantidades mínimas de materiales o materia prima, pero también, para seguir produciendo y no parar, necesitamos contar con el abastecimiento continuo de los componentes de nuestro producto o servicio. Y este abastecimiento correrá a cargo de los proveedores, que suministrarán todo lo que necesitemos, de ahí la importancia vital de estos. Concretemos qué materiales componen básicamente el producto o servicio, y cómo los vamos a localizar.

¿Con qué tipo de proveedores queremos o pensamos trabajar? ¿Cuáles son los ideales para nuestro producto final o servicio?

## 4. PLAN DE MARKETING

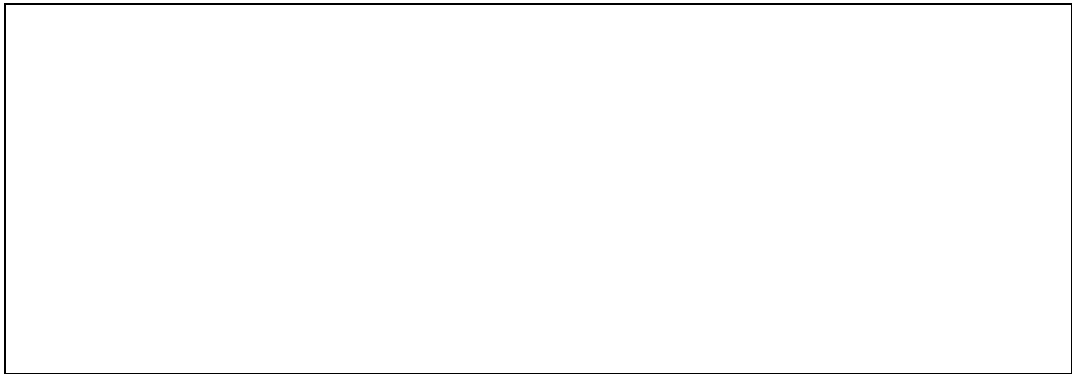
### 4.1 LA IMAGEN CORPORATIVA DE NUESTRO NEGOCIO

La imagen corporativa plasma la imagen externa de la identidad de un negocio. Una compañía no sólo su oferta de productos y/o servicios; también (y en gran medida) es lo que de ella se percibe. Una imagen clara y representativa de su funcionamiento y cultura organizacional constituye un valor fundamental a la hora de posicionarse en el sector y de diferenciarse de la competencia.

Los posibles elementos que conforman la imagen corporativa son: **Logotipo**, eslogan, impresos para diversas comunicaciones, tarjetas, **cartelería**, **folletos**, **stands**, **Web**, **redes sociales**, **anuncios**, etc.

Antes de proceder al diseño o desarrollo de la imagen de la empresa pensemos bien:

- ¿qué aspectos o elementos queremos destacar con nuestra imagen corporativa?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down the aspects or elements they want to highlight with their corporate image.

- ¿qué mensaje queremos transmitir?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down the message they want to convey through their corporate image.



- La denominación o **nombre** que le vamos a “poner” a nuestra empresa.

El nombre es el elemento que más veces se verá en nuestra empresa, además es nuestro primer mensaje y es para siempre. Repasad todo lo estudiado/trabajado hasta ahora para poner un buen nombre a la empresa. Tomando en consideración la reflexión que acabáis de hacer, elegid posibles nombres para vuestra empresa y valorad las siguientes características para cada uno en una escala del 1 al 10:

| Naming<br>propuesto | Fácil de<br>recordar | Descriptivo | Original | Valores y<br>mensaje que<br>transmite | Puntuación<br>total |
|---------------------|----------------------|-------------|----------|---------------------------------------|---------------------|
|                     |                      |             |          |                                       |                     |
|                     |                      |             |          |                                       |                     |
|                     |                      |             |          |                                       |                     |
|                     |                      |             |          |                                       |                     |
|                     |                      |             |          |                                       |                     |

- **LOGO** de la empresa.

- **Eslogan** de la actividad.

## 4.2. LA DISTRIBUCIÓN

La distribución consiste en hacer llegar el producto o servicio al consumidor en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo. Existen dos tipos de canales de distribución: el **canal directo**, esto es, tiendas o establecimientos propios donde se adquiere el producto o servicio. Si usamos el **canal indirecto**, aprovechamos una red de tiendas y establecimientos ajena, ya existente. Esto es algo que tenemos que prever y razonar ya que así encontrarán los futuros clientes nuestro producto o servicio. ¿Lo haremos por nuestros medios o confiaremos en una red ya existente? ¿Por qué?

## 4.3 PUBLICIDAD/PROMOCIÓN

¿Qué tipo de publicidad y promoción emplearemos? ¿En qué medios? ¿Con qué frecuencia?. Hay fórmulas que se idean para atraer a los clientes potenciales. En este apartado, debemos decidir qué tipo de publicidad y promoción, así como los medios en los que se realizará y la frecuencia con la que aparecerá nuestro anuncio publicitario, folleto o catálogo. Por otro lado, las promociones iniciales suelen ser muy importantes en la vida futura de productos y servicios.

En definitiva, en una sociedad multitudinaria, **digital**, y de producción en serie, no sólo basta con tener los mejores productos; si nadie los conoce, no podremos vender una cantidad suficiente para ofertar un precio competitivo. Explicad vuestra estrategia-as publicitarias y como las pondréis en marcha.

#### 4.4 EL PRECIO

Es uno de los factores que inciden en el volumen de ventas y, en última instancia, en el margen de beneficio. El precio es, junto con las características del producto, la promoción y los condicionamientos de tiempo y lugar, uno de los factores que inciden en el volumen de ventas y, en última instancia, en el margen de beneficio. Para el marketing, uno de los aspectos más significativos del precio consiste en la posibilidad de ajustar la oferta a las características del mercado previsto.

##### - **Objetivos comerciales.**

La fijación del precio de venta depende, en gran medida, de los objetivos comerciales que marquemos para nuestro negocio. Cuando realizamos nuestro plan de marketing, además de definir cuáles serán y como produciremos nuestros productos/servicios tendremos que prever cuanto venderemos. Esta es una de las tareas más complejas del Plan de Negocios, ya que prever el comportamiento final del consumidor es algo muy subjetivo y difícil y probablemente no lo calculemos con certeza.

Para realizar esta previsión nos ayudaremos de los resultados obtenidos del estudio de mercado, los test de aceptación, el volumen de ventas de la competencia y los resultados estadísticos encontrados.

La previsión ha de ser realista, teniendo en cuenta el sector, la cuota de mercado que podemos abarcar y las dificultades que nos encontraremos a la hora de posicionar nuestro producto en el mercado.

Los objetivos comerciales hacen referencia a las metas financieras que establezcamos en la marcha de nuestro negocio. Para establecer estos objetivos tendremos que estudiar diversos aspectos:

- El estudio de mercado: el resultado del estudio del impacto del producto marcará nuestra previsión, puesto que dará información sobre el grado de demanda del producto y/o servicio y por tanto su posible venta.

- El umbral de rentabilidad (también denominado punto muerto). El umbral de rentabilidad es la cifra de ventas a partir de la cual se comienza a obtener beneficio. Representa el punto de corte entre la curva de costes y la de ingresos totales. En este caso, el proceso es a la inversa, calcularemos el nivel de ventas necesario para que nuestro negocio sea rentable. A partir de esta cifra de ventas estaremos cubriendo costes y comenzaremos a obtener beneficios de la actividad.

De esta forma, para establecer los precios, habremos de tener en cuenta tanto los precios de mercado como el umbral de rentabilidad.

- Fijación de los precios de venta.

Recordad que a la hora de fijar los precios de venta tenéis que tomar en consideración el estudio de mercado realizado anteriormente (por ejemplo es muy importante tomar en consideración los productos y precios de la competencia) y vuestra propia estructura de costes, es decir, cuanto nos cuesta producir o poner nuestros productos en el mercado.

Algunas empresas ofertan numerosos productos, si es este vuestro caso, sería necesario que los agruparais por categorías o intervalos de precio, para poder así realizar una previsión de precios de forma ordenada.

[illegible]

## 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos de nuestro negocio serán el motor de la misma, por esto, es fundamental que le concedamos la importancia necesaria a la elección de las «piezas» de ese motor y describamos de forma precisa que función van a realizar. Sólo de esta forma, conseguiremos que el negocio funcione adecuadamente.

En este apartado presentaremos al equipo humano de la empresa. Para esto, previamente habremos de analizar las necesidades de personal que tenemos y establecer cómo vamos a seleccionarlo. La plantilla se compondrá fundamentalmente de: los/las promotores/as del negocio (si van a ocupar algún puesto en el mismo) y del personal contratado.

### - El organigrama y las necesidades de personal.

El organigrama es la radiografía de la división de puestos y tareas de un negocio. Nos informan acerca de: el reparto de funciones, los departamentos existentes y su relación entre los mismos, los niveles jerárquicos, los grados de autoridad, canales de comunicación, la naturaleza del departamento (de apoyo o staff o de estructural), etc.

Deben ser clarificadores y contener nombres de categorías y no de personas. Su estructura, en función de los niveles de autoridad podrá ser:

**Vertical:** la relación de poder y de comunicación desciende desde un nivel superior hasta los puestos con menos responsabilidad.

**Horizontal:** Se trata de un organigrama en el que a partir de un departamento o persona que ostenta la máxima responsabilidad, se estructuran diferentes departamentos o especialistas que gestionan diferentes áreas.

Existen más tipologías, pero estas dos son las más comunes.

### - Departamentos de nuestro negocio.

Describid los departamentos de vuestro negocio y que tareas deberán realizar las personas que los integren:



### - Las necesidades de personal:

Para determinar las necesidades de personal en nuestro negocio, en primer lugar, será necesario describir todas las tareas que habrá que realizar para el correcto funcionamiento de la empresa. Esta descripción de funciones y su posterior asignación de las mismas a los trabajadores/as (promotores/as o no del negocio) nos revelará si necesitaremos seleccionar a otras personas con el fin de que realicen las tareas que por tiempo o capacitación no pueden llevar a cabo el equipo con el que contamos. Una vez hecho esto puede ocurrir:

- Que todas las tareas estén distribuidas y no necesitemos personal. En este caso será conveniente que diseñemos el organigrama y dejemos las funciones y responsabilidades atribuidas a cada miembro por escrito, pasando una copia a cada integrante. De esta forma todos tendrán claro cuáles son sus competencias.

- Que necesitemos personal para realizar algunas de las funciones. En este caso, habrá que decidir si externalizamos este trabajo (suele suceder con las tareas gestoras y administrativas de empresas pequeñas) o que decidamos iniciar un proceso de selección para cubrir vacantes.

Una vez que hemos evaluado el personal que necesitamos para el funcionamiento de todos los procesos tendremos que definir el perfil del puesto o puestos de trabajo. Tendremos que realizar tantos perfiles de puesto como personas necesitemos contratar. Estos perfiles nos servirán como herramienta a la hora de poner en marcha las diferentes técnicas de selección.

|                                                          | PERFIL DEL PUESTO DE TRABAJO       |                         |                     |                      |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------|
| Nombre del puesto                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Área / Departamento en el que desarrollará sus funciones |                                    |                         |                     |                      |
| Responsabilidades                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Funciones / tareas principales del puesto                |                                    |                         |                     |                      |
| Requerimientos del puesto                                | Nivel de formación / conocimientos | Aptitudes / habilidades |                     | Actitudes            |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
|                                                          | Experiencia demostrable            | Edad / sexo             | Lugar de residencia | Otros requerimientos |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
| Requisitos a valor                                       |                                    |                         |                     |                      |
| Remuneración                                             | Bruta                              |                         |                     |                      |
|                                                          | Comisiones                         |                         |                     |                      |
| Posibilidades de promoción y desarrollo en el negocio    |                                    |                         |                     |                      |

| PERFIL DEL PUESTO DE TRABAJO                             |                                    |                         |                     |                      |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------|
| Nombre del puesto                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Área / Departamento en el que desarrollará sus funciones |                                    |                         |                     |                      |
| Responsabilidades                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Funciones / tareas principales del puesto                |                                    |                         |                     |                      |
| Requerimientos del puesto                                | Nivel de formación / conocimientos | Aptitudes / habilidades |                     | Actitudes            |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
|                                                          | Experiencia demostrable            | Edad / sexo             | Lugar de residencia | Otros requerimientos |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
| Requisitos a valor                                       |                                    |                         |                     |                      |
| Remuneración                                             | Bruta                              |                         |                     |                      |
|                                                          | Comisiones                         |                         |                     |                      |
| Posibilidades de promoción y desarrollo en el negocio    |                                    |                         |                     |                      |

| PERFIL DEL PUESTO DE TRABAJO                             |                                    |                         |                     |                      |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------|
| Nombre del puesto                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Área / Departamento en el que desarrollará sus funciones |                                    |                         |                     |                      |
| Responsabilidades                                        |                                    |                         |                     |                      |
| Funciones / tareas principales del puesto                |                                    |                         |                     |                      |
| Requerimientos del puesto                                | Nivel de formación / conocimientos | Aptitudes / habilidades |                     | Actitudes            |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
|                                                          | Experiencia demostrable            | Edad / sexo             | Lugar de residencia | Otros requerimientos |
|                                                          |                                    |                         |                     |                      |
| Requisitos a valor                                       |                                    |                         |                     |                      |
| Remuneración                                             | Bruta                              |                         |                     |                      |
|                                                          | Comisiones                         |                         |                     |                      |
| Posibilidades de promoción y desarrollo en el negocio    |                                    |                         |                     |                      |

## **- Proceso de selección/contratación.**

El proceso de selección comprende una serie de fases cuyo objetivo es ir eliminando candidatos hasta determinar, finalmente, cuál es el más adecuado al puesto a cubrir:

**1. EVALUACIÓN DE NECESIDADES DE PERSONAL**

**2. ANÁLISIS DEL PUESTO DE TRABAJO**

**3. CAPTACIÓN DE CANDIDATOS/CANDIDATAS**

**4. PRESELECCIÓN DE CURRICULUM**

**5- PRUEBAS DE SELECCIÓN**

**6- TOMA DE DECISIONES**

**7- OFRECIMIENTO DEL PUESTO Y CONTRATO**

Una vez concretadas las primeras fases nos centraremos aquí en el diseño previo de las cuestiones/preguntas que consideremos más relevantes o importantes durante la entrevista de selección:



## 6. ASPECTOS LEGALES: FORMA JURÍDICA

Si ya tenéis todo planificado tendréis que decidir como registrar o gestionar vuestra empresa dentro del marco jurídico, eligiendo el modelo legal que mejor se adapte a las características de vuestro negocio.

Existen muchos modelos, desde trabajar de forma autónoma y en nombre propio, hasta hacerlo creando una sociedad. ¿Cuál creéis que va a ser la mejor forma jurídica para vuestra empresa?

La elección de la forma jurídica es una decisión muy importante ya que marcará el posterior desarrollo económico y legal de un negocio. No hay una forma mejor que otra, dependerá de diversos factores.

En la elección de la forma jurídica debemos analizar o tomar en consideración aspectos como:

- 1.-Tipo de Actividad a ejercer.
- 2.-Número de promotores.
- 3.-Responsabilidad de los promotores.
- 4.-Aspectos fiscales.

Las presentaciones o información que encontraréis en <https://elprofedefol.wixsite.com/acci/eie> os resultarán de ayuda en la toma de decisión respecto a la forma jurídica a adoptar.

### FORMA JURÍDICA

(Señalad con una X la opción elegida)

|                          |                               |                 |  |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Empresario individual         |                 |  |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad Limitada             | Capital Social: |  |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad Anónima              | Capital Social: |  |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad Cooperativa Andaluza | Capital Social: |  |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad Limitada Laboral     | Capital Social: |  |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad Anónima Laboral      | Capital Social: |  |

Razonad la elección:

Trámites legales necesarios:

## 7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.

En el Plan Económico-Financiero se describen, los recursos financieros necesarios para poner en marcha el negocio, las fuentes de financiación y sus costes. Tratará también de analizar la rentabilidad y las posibilidades de supervivencia del negocio a medio plazo.

Tomando como referencia el plan de producción trabajado anteriormente y el conocimiento de nuestra idea de negocio hemos de reflexionar acerca de:

- *Plan de inversión*: responde a la pregunta de cuánto nos cuesta crear el negocio, lo componen todos los bienes y derechos necesarios para realizar la actividad, tanto si son de nueva adquisición como si ya se dispone de ellos y se aportan al negocio.

Se llama también el activo del negocio. En este punto del plan de negocio haremos un listado de los recursos que vamos a necesitar (materiales e inmateriales) y su valor económico.

- *Plan de financiación*: Se trata de determinar la financiación con el que se hará frente a las inversiones, en este apartado plasmaremos de donde se obtendrá el capital para financiar el proyecto.

Tras ello intentaremos realizar una previsión de la cuenta de resultados combinando los gastos e ingresos previstos. El capítulo de gastos es mucho más concreto y se determina en base a nuestro plan de producción e inversiones pero, la previsión de ventas-ingresos es mucho más compleja de determinar. Lo realizaremos tomando como referente nuestro conocimiento y estudio del mercado pero, a pesar de su peso o importancia en la viabilidad o no de nuestra idea, será una previsión con un marcado carácter subjetivo o abstracto. Ello nos obligará a un proceso de continuo reajuste al inicio de nuestra actividad empresarial.

## 7.1 PLAN DE INVERSIONES.

Para empezar hace falta un capital inicial. La inversión en inmovilizado inicial comprende todas las instalaciones, maquinaria, equipos... mientras que la necesidad de circulante es una cantidad para poder hacer frente a los gastos habituales de funcionamiento por el periodo que se crea necesario hasta poderlos cubrir con los ingresos de la actividad.

### INVERSIONES

| CONCEPTO                                          | COSTE<br>(EUROS) |
|---------------------------------------------------|------------------|
| Edificios, locales y terrenos                     |                  |
| <b>Equipos, máquinas, herramientas:</b>           |                  |
|                                                   |                  |
|                                                   |                  |
|                                                   |                  |
|                                                   |                  |
|                                                   |                  |
| Instalaciones , acondicionamiento local           |                  |
| Vehículo de transporte                            |                  |
| Mobiliario y enseres                              |                  |
| Gastos de constitución, gestoría, altas servicios |                  |
| Stock inicial de artículos                        |                  |
| Otros gastos                                      |                  |
| Provisión de fondos                               |                  |
|                                                   |                  |
| TOTAL                                             |                  |

## 7.2 PLAN DE FINANCIACIÓN

Si en el plan de inversiones hemos previsto ciertas cantidades, en el plan de financiación se refleja precisamente eso: cómo vamos a pagar todo lo que necesitamos invertir inicialmente. Estos recursos económicos pueden venir de nuestros propios fondos, de posibles subvenciones oficiales o de deuda contraída con otros, bancos fundamentalmente. El plan de financiación más habitual es el que conjuga todas las posibilidades.

### CONCEPTO

|                      |  |
|----------------------|--|
| Recursos propios     |  |
| Créditos o préstamos |  |
| Subvenciones         |  |
| Otros                |  |
| TOTAL                |  |

### 7.3 CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL

Aquí vamos a calcular, cuántos ingresos vamos a tener con nuestras ventas tras descontar los diferentes pagos que tendremos que afrontar. Será el beneficio, calculando, aproximadamente, todos los ingresos y todos los gastos y de ahí, definir la previsión de resultados o umbral de rentabilidad.

| PLAN FINANCIERO | PREVISION DE RESULTADOS |
|-----------------|-------------------------|
|-----------------|-------------------------|

| GASTOS                                      | Año 1º | Año 2º | Año 3º | Año 4º |
|---------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| CONCEPTO                                    |        |        |        |        |
| Compra artículos de venta                   |        |        |        |        |
| Existencias iniciales                       |        |        |        |        |
| Retribución propia                          |        |        |        |        |
| Seguros autónomos                           |        |        |        |        |
| Sueldo del personal                         |        |        |        |        |
| Seguridad Social a cargo de la empresa      |        |        |        |        |
| Gastos financieros                          |        |        |        |        |
| Tributos (contribuciones, tasas, etc)       |        |        |        |        |
| Suministros (agua, luz, tfo., etc.)         |        |        |        |        |
| Alquileres                                  |        |        |        |        |
| Seguros                                     |        |        |        |        |
| Mantenimiento y reparaciones                |        |        |        |        |
| Servicios externos (gestoría, asesoría, ..) |        |        |        |        |
| Transportes                                 |        |        |        |        |
| Gastos diversos                             |        |        |        |        |
|                                             |        |        |        |        |
| TOTAL GASTOS                                |        |        |        |        |

#### INGRESOS

|                      |  |  |  |  |
|----------------------|--|--|--|--|
| Ventas               |  |  |  |  |
| Existencias finales  |  |  |  |  |
| Ingresos financieros |  |  |  |  |
| Subvenciones         |  |  |  |  |
|                      |  |  |  |  |
| TOTAL INGRESOS       |  |  |  |  |

|                                         |  |  |  |  |
|-----------------------------------------|--|--|--|--|
| BENEFICIOS ANTES DE (ingresos - gastos) |  |  |  |  |
|-----------------------------------------|--|--|--|--|

## 8. OTRAS CUESTIONES DE INTERÉS.

### 8.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

El concepto de Responsabilidad Social del negocio o Responsabilidad Social Corporativa o (RSC o RSE) hace referencia fundamentalmente a como los negocios integran en su política de actuación la preocupación por temas sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y en sus operaciones con terceros. En la gestión de un negocio, la adopción de criterios y formas de actuación con responsabilidad social corporativa (RSC) implica fundamentalmente la puesta en marcha de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental que contribuya al desarrollo sostenible en cada uno de estos ámbitos. Los beneficios pueden aumentar a través de acciones que garanticen la protección del medio ambiente y fomenten los valores sociales, así ejemplos de RSC son: definir los procesos productivos en la línea de protección del medio ambiente, basar la gestión de RRHH en una promoción de condiciones el bienestar físico y psicológico de los trabajadores, destinar parte de beneficios a proyectos de interés social, etc.

¿Habéis pensado poner en marcha o diseñar alguna medida de RSC en vuestro proyecto de negocio? ¿Cuáles?

## 8.2 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

La prevención de riesgos laborales y la promoción de la salud de los trabajadores es una obligación del/la empresario/a, que deberá velar por la seguridad del equipo humano de su negocio.

Únicamente en las empresas de menos de 6 trabajadores, el empresario puede asumir personalmente la prevención, siempre y cuando la actividad no se considere peligrosa. En este caso el empresario debería:

- Tener un curso que lo capacite para ello.
- Que esté trabajando en el centro de trabajo.

Por lo tanto el empresario deberá de abrir un Servicio de Prevención de Riesgos por cuenta propia o contratar a un Servio de Prevención por cuenta ajena.

Al empresario le corresponderían las siguientes obligaciones:

- ☐ Calificación de los riesgos existentes en la empresa.
- ☐ Adoptar las medidas de seguridad pertinentes para combatir los anteriores.
- ☐ Realizar controles periódicos de las condiciones de trabajo.
- ☐ Informar a sus trabajadores de los riesgos existentes y de las medidas de prevención adoptadas.
- ☐ Formación de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales.
- ☐ Vigilancia del estado de salud de los trabajadores.

En desarrollo con lo anterior, el empresario debe elaborar la siguiente documentación a disposición de la autoridad laboral:

- ☐ La evaluación de los riesgos.
- ☐ Las medidas de protección que haya que adoptar y el material de protección que debe utilizarse.
- ☐ Resultado de los controles periódicos de las condiciones de trabajo.
- ☐ Practica de los controles de salud de los trabajadores.
- ☐ Relación de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que hayan causado al trabajador una incapacidad laboral superior a un día de trabajo.

Con relación a las obligaciones de los trabajadores, se concretan en las siguientes:

- ☐ usar adecuadamente las máquinas, aparatos y equipos de trabajo.
- ☐ utilizar correctamente los medios y equipos de protección.
- ☐ informar de cualquier riesgo.
- ☐ contribuir al cumplimiento de la normativa cooperando con el empresario.

Cada actividad tiene su normativa específica, que podrás encontrar en:

<http://www.mtas.es/insht/index.htm>



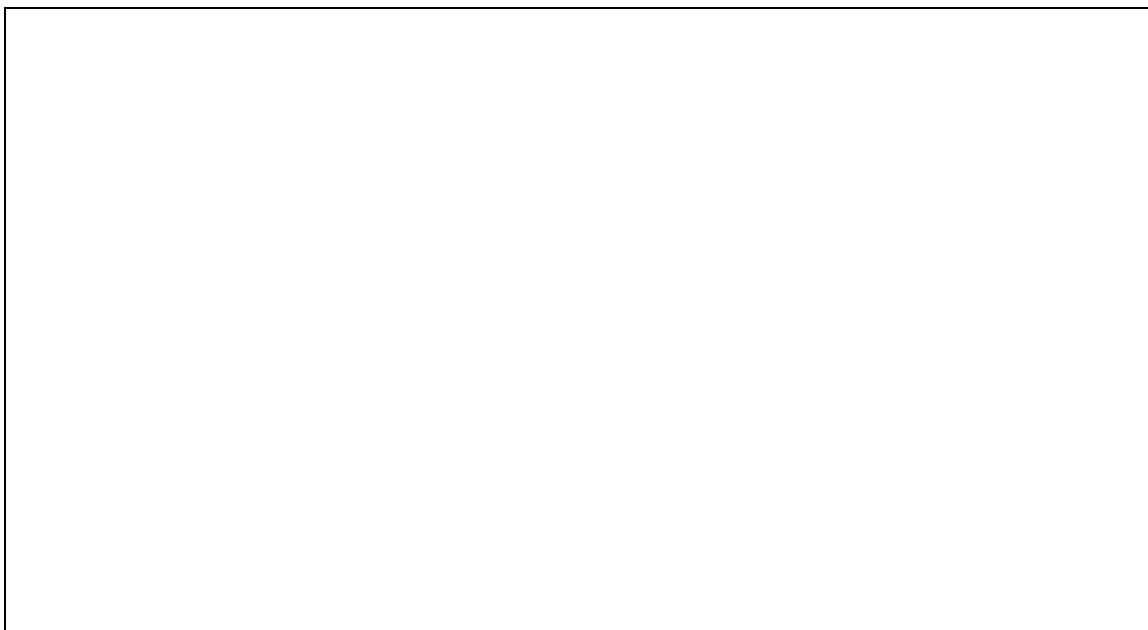
¿Por qué normativa se regulará nuestra actividad?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a written response.

¿Cuáles consideráis que son los principales riesgos de una actividad como la vuestra?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a written response.

¿Qué medidas o decisiones adoptaríais como prioritarias para eliminar o reducir esos riesgos?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a written response.

### 8.3 CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL

La incorporación de la mujer al trabajo ha motivado uno de los cambios sociales más profundos de este siglo. Este hecho hace necesario configurar un sistema que contemple las nuevas relaciones sociales surgidas y un nuevo modo de cooperación y compromiso entre mujeres y hombres que permita un reparto equilibrado de responsabilidades en la vida profesional y personal. En este sentido, también las empresas tienen que aportar su pequeño grano de arena ofreciendo una flexibilidad que permita que, dentro del cumplimiento de sus fines, que sus trabajadores puedan compatibilizar el desarrollo de sus tareas con su vida personal.

Dependiendo del tipo de negocio, cada empresa podrá ofrecer más o menos medidas de conciliación, pero desde aquí os animo a que en la medida de lo posible incluyáis este tipo de mecanismos en la política de trabajo que implantéis en vuestro negocio. Algunas de ellas son o pueden ser:

- Flexibilización horaria.
- Posibilidad de trabajar en casa.
- Permisos especiales por maternidad.
- Excedencias.
- Facilidades en el cambio de turnos.
- Posibilidad de reducción de jornada.
- .....

En general, será interesante introducir cualquier medida o estructura que facilite el bienestar laboral y personal, ya que además de contribuir a la satisfacción del trabajador esto revertirá también en el rendimiento.

Las medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral así como las políticas de Responsabilidad Social Corporativa se han asociado a las multinacionales y grandes empresas. Su presencia en las PYMES no está muy patente, aunque debería ser una meta de todos el hacerla cada vez más visible en las pequeñas y medianas empresas, puesto que al ser éstas las más numerosas son las que más van a contribuir al desarrollo económico del país y al bienestar de la población ocupada.

Es por este motivo, por el que os ánimo, a que en la medida de lo posible las implantéis en vuestro negocio, poniendo así vuestro pequeño grano de arena a la buena marcha del funcionamiento del tejido productivo.

¿Qué medidas de conciliación estarán presentes en vuestro negocio?

## 9. TOMA DE DECISIÓN FINAL. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el desarrollo de nuestro plan de negocio queda la parte más importante, la decisión definitiva que cambia o puede cambiar el ciclo vital de cualquier persona o emprendedor.

¿Vais a montar o montaríais el negocio? Razonad vuestra respuesta en base a vuestro plan de negocio.

Como vuestro profesor solo me queda despedir esta emocionante aventura que supone desarrollar una idea de negocio y convertirla en actividad empresarial. Durante este curso escolar lo hemos hecho de un modo virtual pero, espero que las habilidades, capacidades, actitudes, y destrezas trabajadas os resulten de utilidad el día que este ejercicio no sea una actividad académica sino que se convierta en un PROYECTO REAL DE EMPRENDIMIENTO.

**¡MIS MEJORES DESEOS DE ÉXITO PARA ESE MOMENTO”**