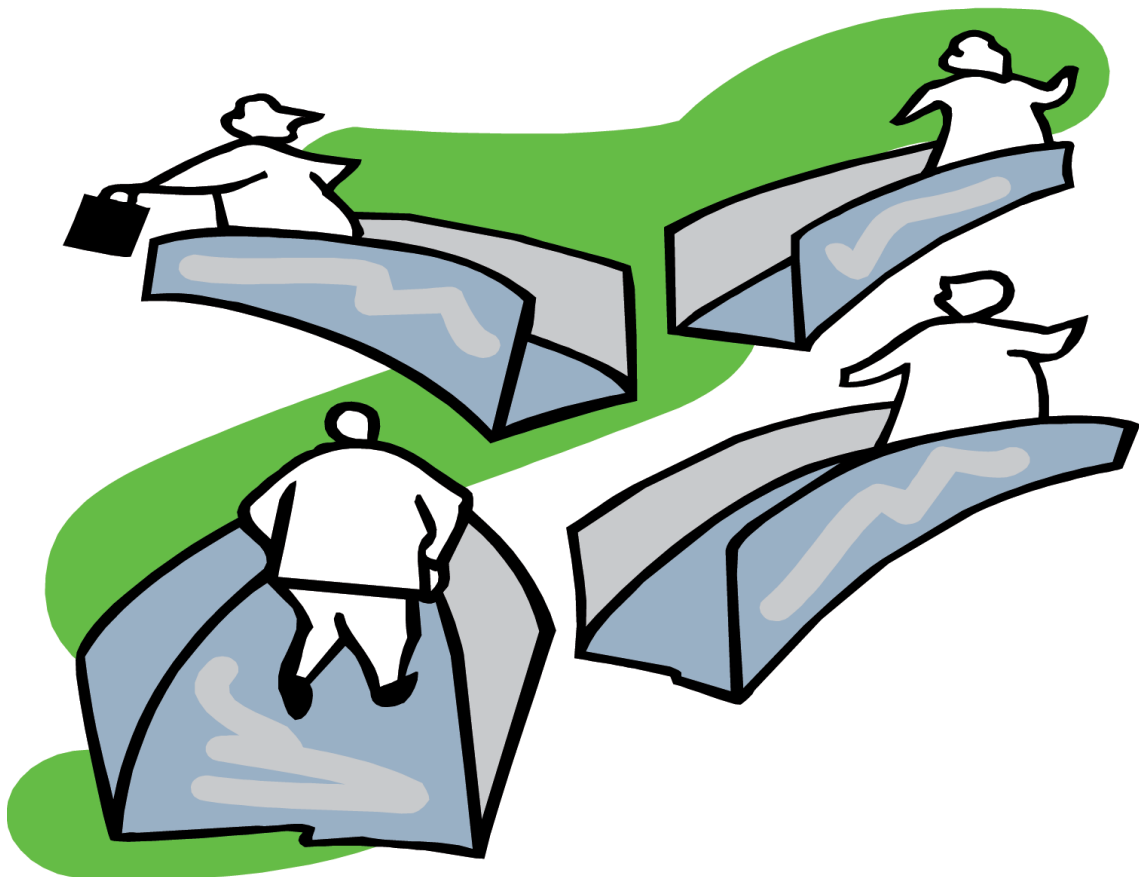


Guía didáctica de materiales  
educativos sobre emprendimiento

# Fomento del Espíritu Empresarial

(Emprendimiento Productivo Empresarial)





**Guía didáctica de materiales educativos sobre emprendimiento.  
Fomento del espíritu empresarial.  
Primera edición, 2012.**

**Edita:**  
**©Junta de Andalucía.**  
**Consejería de Educación.**  
**Consejería de Economía, Innovación y Ciencia.**

Depósito Legal: SE 1122-2012  
Imprime: Lince Artes Gráficas



## Presentación General

El Parlamento Andaluz aprueba por unanimidad, en junio de 2011, una Resolución por la cual se insta al Consejo de Gobierno a potenciar el espíritu emprendedor en el Sistema Educativo Andaluz. El Gobierno Andaluz, consciente de la importancia social y económica que para la Comunidad Autónoma tiene la implantación de la cultura emprendedora, aprueba el Decreto 219/2011, de 28 de junio, por el que se regula el Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía (BOJA de 14 de julio).

Dicho Plan tiene como finalidad fundamental promover los valores de la cultura emprendedora, especialmente la innovación, la creatividad, la responsabilidad y el emprendimiento en todos los niveles educativos, con el concurso de toda la sociedad.

Desde la Consejería de Educación, la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia y la Consejería de Empleo, se han llevado a cabo iniciativas, acciones y programas para promover la cultura, las actitudes y las capacidades que vinculan el espíritu empresarial y emprendedor en el Sistema Educativo Público de Andalucía.

Desde el Sistema Educativo es necesario desarrollar una política educativa y de formación que dote al alumnado de las actitudes y capacidades que distinguen a la persona emprendedora. Para ello, han de desarrollarse acciones concretas, medidas específicas y orientaciones metodológicas dirigidas a los centros educativos; todo ello, con el fin último de implementar a medio plazo los valores, iniciativas y capacidades propias de la cultura emprendedora.

Con este objetivo de apoyo a los centros y al profesorado se elaboran estos recursos acompañados de sus respectivas orientaciones metodológicas, que forman parte de una primera fase de materiales educativos sobre emprendimiento para integrarlos en el currículo ordinario de las distintas etapas educativas a las que se dirigen. Está prevista la incorporación de nuevos recursos en cursos escolares sucesivos en el marco del Plan de Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía.

Se ha tratado en esta primera fase de seleccionar algunas experiencias y buenas prácticas que ya se vienen realizando en Andalucía para el fomento del espíritu y la cultura emprendedora a través de centros e instituciones educativas. Ello ha permitido, con la colaboración de un relevante equipo de personas expertas en esta temática, incorporar a las experiencias existentes procesos, métodos y recursos didácticos complementarios que los enriquecen y contextualizan en el ámbito de la Cultura Emprendedora.

Los recursos que se ponen a disposición de los centros en esta primera entrega son los siguientes:



### Centro temático: “Escuela-Museo”.

Experiencia desarrollada por el IES “José María Infantes” de Utrera (Sevilla) y la colaboración de la Escuela de Artes “Dionisio Ortiz” de Córdoba.

Tipo de emprendimiento: Artístico-cultural y empresarial.

Grupos de incidencia: Alumnado de ESO y Bachillerato.

En este centro, el Arte es un eje en torno al que se vertebran otros aprendizajes; es un eje que aglutina un proyecto bien construido y coherente. La trayectoria seguida por el centro desde su creación y su proyecto educativo es un extraordinario referente y modelo de empresa innovadora y de cultura emprendedora.

### Fomento del Espíritu Empresarial.

Proyecto nuevo basado en la experiencia profesional de docentes de Formación Profesional y otras personas expertas.

Tipo de emprendimiento: Productivo-empresarial.

Grupo de incidencia: Alumnado de ESO y Bachillerato.

Este Proyecto no quiere que el objetivo primordial sea elaborar con rigor y precisión un plan de empresa, sino, como se contempla en la propia guía del recurso: “Despertar el espíritu emprendedor y dibujar, confeccionar un plan de empresa que les permita visualizar ese sueño, ese proyecto, como una realidad posible”.

### Crece cantando, crece soñando.

Experiencia multicentro en la que participan o colaboran el IES “Néstor Almendros” de Tomares (Sevilla), el IES “Las Encinas” de Valencina de la Concepción (Sevilla), el IES “Cantillana” de Cantillana (Sevilla), la Escuela de Música “Ian Murrriay” de Aracena (Huelva), el Conservatorio profesional de Música “Cristóbal de Morales” de Sevilla y el IES “Pintor Juan Lara” del Puerto de Santa María (Cádiz).

Tipo de emprendimiento: Artístico-cultural y profesional.

Grupo de incidencia: Alumnado de E. Primaria, ESO, Bachillerato y FP.

El Proyecto toma como referente básico la música, que es un medio de expresión con el que desarrollar la creatividad y, al mismo tiempo, despertar una sensibilidad musical que permite identificarse con los valores culturales más cercanos y propios, así como apreciar otros más alejados de la realidad en la que vivimos. El proyecto también desarrolla múltiples destrezas asociadas a la competencia digital y al tratamiento de la información, que van desde el acceso y la manipulación del material sonoro hasta su transmisión en distintos soportes una vez tratado.

### Reduce, Recicla, Recrea.

Experiencia desarrollada por el IES “Virgen de las Nieves” de Granada.

Tipo de emprendimiento: Social-productivo.

Grupo de incidencia: Alumnado de E. Primaria y FP (Técnico. E. Infantil).

Es un proyecto de innovación educativa que pretende integrar y potenciar actuaciones medioambientales en un centro educativo. Esta experiencia promueve también micro-proyectos en los que cooperan alumnas y alumnos de ciclos formativos que tradicionalmente están separados por sexo.

Igualmente, se utilizan los acuerdos y convenios realizados con las empresas colaboradoras donde el alumnado realiza su formación práctica, convirtiéndose dichas empresas en donantes o receptoras del material de desecho, ampliando así la espiral de incidencia ecológica y cultural.



### **Jugamos, Crecemos.**

Experiencia desarrollada por el IES “Virgen de las Nieves”, Granada, con la colaboración del CEIP “Gómez Moreno” y su AMPA “Amigos de una escuela mejor” de Granada.

Tipo de emprendimiento: Desarrollo socio-personal.

Grupo de incidencia: Alumnado de E. Primaria.

El Proyecto profundiza en la formación de nuestro alumnado abarcando aspectos tales como la improvisación, la creatividad, la innovación y el emprendimiento a través del juego y las actividades de animación.

### **Conoce el mundo con Nina y Mayele.**

Experiencia desarrollada por la Fundación ALBIHAR de Granada, con la colaboración de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Granada y Ayuntamiento de Málaga.

Tipo de emprendimiento: Social y personal.

Grupo de incidencia: Alumnado de Primer Ciclo de E. Primaria y E. Infantil.

Esta propuesta formaría parte de lo que conocemos como una Educación para el Desarrollo. Se trata de ofrecer una educación a los alumnos y alumnas transformadora, desde una visión global del mundo que promueva cambios en los países “del Norte”. La finalidad es que el alumnado y las familias se enfrenten al mundo con actitudes de respeto, solidaridad y generosidad, sabiendo reconocer la riqueza de la diversidad.

Todas estas experiencias y proyectos ponen en funcionamiento el desarrollo de competencias tales como la creatividad, la innovación, la autonomía, la iniciativa personal y la responsabilidad que son los pilares y fundamentos en los que se sustenta la educación emprendedora y promueven asimismo, valores como la solidaridad, la perseverancia, la autoestima, la cooperación, el sentido crítico, etc.

Deseamos que estos primeros recursos de apoyo que presentamos sirvan de utilidad al profesorado y a la comunidad educativa para promover en el alumnado de los centros andaluces los valores de la cultura emprendedora. Por todo ello, sólo nos resta transmitir a los centros e instituciones, al profesorado y a los profesionales que han participado en su elaboración, nuestro más sincero agradecimiento y felicitación por el trabajo realizado.

***Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía.***

**JUNTA DE ANDALUCÍA**





# Índice

1.	Presentación de la guía .....	13
2.	Introducción general del recurso didáctico .....	15
2.1.	Conceptos básicos .....	15
2.2.	Características del recurso didáctico.....	17
2.3.	Requisitos previos .....	18
3.	Elementos pedagógicos, identificativos y de contextualización .....	19
3.1.	Justificación didáctica .....	19
3.2.	Grupo de incidencia .....	20
3.3.	Competencias.....	20
3.4.	Integración curricular .....	22
4.	Diseño curricular.....	23
4.1.	Objetivos.....	23
4.2.	Contenidos .....	23
4.3.	Metodología .....	24
4.3.1.	Técnicas de desinhibición y cohesión grupal .....	25
	Un paseo por el aula .....	25
4.3.2.	Metodologías para trabajar la dinámica de grupos.....	26
	Metodología para trabajar la lluvia de ideas .....	26
	Metodología para trabajar en pequeños grupos (Phillips 66).....	27
	Metodología y consideraciones para realizar debates.....	28
	Desarrollo de un ROLE - PLAYING .....	28
4.4.	Actividades .....	29
4.4.1.	Bloque I: Habilidades para la gestión personal de la trayectoria formativa y profesional.....	29
	La negociación, ¿en qué consiste?.....	29
	Características de una negociación .....	30
	Condiciones para la negociación .....	30
	Características personales de un negociador .....	30
	Errores del negociador.....	31
	La asertividad.....	31
	Estilos de negociador.....	32
	Elementos estructurales en una negociación .....	34
	Fases de la negociación.....	35
	Preparación de la negociación .....	35
	Actividad 1. Negociación en grupo .....	36



Actividad 2. Preparar una negociación .....	38
Cuestionario de Evaluación: La negociación .....	41
Habilidades de dirección.....	42
Actividad 3. Un discurso .....	44
Cuestionario de Evaluación: El Debate .....	45
La organización del tiempo .....	47
Actividad 4. Organizo mi tiempo.....	48
4.4.2. Bloque II: Exploración de contextos de formación y trabajo.....	49
Programas y Oportunidades de Formación.....	49
Actividad 1. Soñar despierto .....	56
Actividad 2. Me gustaría ser.....	57
Nuevos yacimientos de empleo.	
Una oportunidad para el empleo.....	58
Nuevas profesiones .....	59
Actividad 3: Reflexiona sobre las empresas que conoces	60
Actividad 4. Conocer una profesión de cerca .....	61
Análisis de Contexto .....	61
Investigación de Mercado .....	65
Actividad 5. El estudio de mercado .....	67
Actividad 6. Mapa de empresas de tu localidad .....	68
4.4.3. Bloque III: Mercado Laboral y Economía Financiera.....	69
Itinerarios formativos, metas, aspiraciones.....	69
Actividad 1. ¿Qué nivel de competencia me gustaría tener?.....	69
El currículo.....	70
La entrevista personal.....	73
Actividad 2. La entrevista personal.....	76
El Plan de Empresa .....	78
Actividad 3. Elaborar un plan de empresa .....	78
Apartados del Plan de Empresa .....	79
4.5. Evaluación .....	93
Instrumentos de evaluación.....	93
Ficha para la evaluación del proceso .....	94
Evaluación del propio recurso para su mejora.....	96
5. Plan de trabajo.....	97
6. Glosario de términos. ....	99
7. Bibliografía y documentación.....	101
8. Enlaces de interés.....	103



# 1

## Presentación de la guía

En la última década, los cambios propiciados por la globalización de la economía han hecho que Europa pierda la ventaja inicial que tenía respecto a otros países. La deslocalización de las grandes empresas hace que la creación de empleo ya no dependa predominantemente de éstas; consecuentemente, cualquier acción encaminada a la creación de empleo pasa, obligatoriamente, por propiciar una cultura emprendedora.

Más concretamente, en España, la tasa de desempleo es muy superior a la de nuestros países vecinos. Es por eso por lo que se hace necesaria una inversión muy importante en investigación y desarrollo que propicie la creación de empresa competitiva.

En el ámbito internacional, desde hace mucho tiempo, se ha venido debatiendo sobre la inclusión de la iniciativa emprendedora en todas las etapas de la educación. Tanto la OCDE como la UE, recomiendan a sus Estados miembro tomar la iniciativa y emprender acciones claras y decididas en este sentido. En la actualidad contamos con documentos y recomendaciones de acción muy relevantes y que llaman a las autoridades públicas, asociaciones empresariales, escuelas, ONGs y demás partes interesadas, a promover la iniciativa emprendedora en la educación. La denominada *Agenda de Oslo de 2006* es el documento más importante al respecto, ya que contiene numerosas propuestas concretas y las sistematiza de tal forma que son un punto de referencia.

En la *Agenda de Oslo 2006* se recogen una serie de propuestas concretas. En el CD adjunto de podrá encontrar documentación sobre la que se sustenta esta guía.

La Ley Orgánica de Educación (LOE) recoge como una de sus finalidades conseguir que el alumnado desarrolle el espíritu emprendedor. Con posterioridad, en los Reales Decretos sobre Enseñanzas Mínimas se incluye de forma explícita.



# 2

## Introducción general del recurso didáctico

### 2.1. Conceptos básicos

La primera cuestión que nos podemos plantear es ¿cómo sabemos si uno es emprendedor o no? Para dar respuesta a esta cuestión, deberíamos tener una definición concreta que permitiera establecer una serie de criterios que identifiquen al emprendedor. Sin embargo, no hay una definición establecida en este sentido; todas las definiciones describen características del emprendedor a posteriori, cuando ya ha demostrado su emprendimiento.

Sin embargo, es importante señalar algunas definiciones específicas que se han generado en torno a la cultura emprendedora. Las siguientes fueron citadas por Sérvulo Anzola:

- Definición económica de emprendedor: realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición pragmática de emprendedor: es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: el que hace que las cosas sucedan.
- Definición popular de emprendedor: del dicho al hecho hay un gran emprendedor.
- Definición política de emprendedor: es aquel que se esfuerza por convertir sus sueños en realidad.

Dependiendo del entorno donde se desarrolla el emprendimiento, podemos distinguir dos tipos de emprendedores:

- Intrapreneur: los que desarrollan su emprendimiento dentro de una empresa o proyecto.
- Entrepreneur: los que crean su propia empresa.

Esta división la realiza Sérvulo Anzola en el taller “El impacto de la cultura emprendedora” realizado en la ciudad de La Paz, Bolivia, el 2 de diciembre del 2003 por Funda-Pro.

Pero, ¿qué caracteriza a un emprendedor? Dar respuesta a esta cuestión puede darnos una serie de características que nos permitan desarrollar acciones educativas que estimulen el emprendimiento.



# Características del emprendedor

## Actitudes

Valor de la educación permanente  
Comprometerse a trabajar con ética.  
Comprometerse con los factores ambientales y sociales.  
Comprometerse a tener estabilidad en las relaciones personales.  
Ser un buen comunicador.  
Darle la pasión del amor a lo que se hace.  
Ver al fracaso como el camino hacia el éxito.  
Adquirir conocimientos técnicos.  
Ser consciente de que el primer capital y el más importante en un emprendimiento es uno mismo.

Disponer de gran energía.  
Saber que actuar con honestidad es beneficioso.  
Valorar la perseverancia y el esfuerzo.  
Tener los objetivos claros en la vida.  
Crear en el propio proyecto.  
Las cosas no suceden por sí solas sino que uno mismo hace que sucedan.  
Dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr nuestros objetivos.  
Es necesario tomar riesgos en la vida y disfrutar de estos desafíos.

## Valores

Honestidad  
Solidaridad  
Responsabilidad  
Amistad  
Excelencia

Es justo tomar en consideración que estas características no se dan en todos los emprendedores, aunque debiera ser así.

Pero, ¿qué competencias debe tener un emprendedor? No hay una respuesta unánime, no todos los emprendedores tienen todas las competencias. A continuación presentamos una propuesta de competencias que debe tener un emprendedor:

1. **Visión de negocio y creatividad:** la innovación y el desarrollo son factores clave. La capacidad para modificar las cosas, e idear soluciones nuevas ante los problemas.
2. **Liderazgo y pensamiento positivo:** ser capaz de convencer y hacer que un grupo de personas trabaje bajo un mismo objetivo, y no dejarse abatir ante las situaciones adversas.
3. **Capacidad para asumir riesgos:** la frase “el que no arriesga no gana” es muy clarificadora. Es capaz de evaluar y asumir los riesgos propios de la actividad.
4. **Carismático y persuasivo:** el liderazgo se ejerce desde las relaciones humanas, no desde una situación de posición dominante.
5. **Perseverancia ante la incertidumbre:** no se deja abatir por los momentos de crisis, tiene capacidad para no rendirse en situaciones no esperadas.
6. **Toma de decisiones y resolución de problemas:** buena capacidad de análisis y síntesis, así como de toma de decisiones, incluso cuando estas son traumáticas.
7. **Negociación y habilidades de comunicación:** ser capaz de llegar a acuerdos duraderos con su entorno de influencia.
8. **Planificación y organización:** ser capaz de planificar y organizar el trabajo en equipo y de adelantarse a las posibles situaciones problemáticas que puedan plantearse.
9. **Iniciativa:** tener iniciativa propia. Siempre está buscando una forma mejor de hacer las cosas.

## 2.2. Características del recurso didáctico

Con este recurso pretendemos trabajar de forma transversal, implicando a varios departamentos, pero el objetivo no es que se convierta en un añadido a la tarea docente, sino que, a la misma vez que estamos trabajando los contenidos propios de la materia, podamos estar desarrollando una serie de competencias que despierten un espíritu emprendedor dentro del quehacer diario de cada uno de nosotros.

En ningún momento se pretende dar una secuencia de actividades totalmente cerrada. El ánimo fundamental de esta guía es abrir el camino, dar un punto de vista distinto, que facilite, que motive, con el objetivo de incorporar acciones educativas que desarrollen una cultura emprendedora. Es, por tanto, objetivo fundamental despertar la inquietud en cuestiones que el propio Sistema Educativo ha introducido con anterioridad, resultando pues experiencias educativas aisladas e inconexas.

Por tanto, esperamos que el material que se presenta sea de utilidad, que además sea alimentado por la experiencia propia de cada docente, y que consiga incorporar al currículo actuaciones que fomenten la creatividad, la autonomía personal y la iniciativa privada como base fundamental del desarrollo de una competencia emprendedora en nuestros jóvenes, aportando así nuestro particular grano de arena a esta tarea común, a nuestro proyecto de sociedad.

Podemos utilizar este proyecto para motivar al alumnado, dando sentido y aplicación real a los contenidos que se imparten en las distintas materias.

Además, pretendemos que esta acción tenga otras consecuencias en la vida del centro:

- Esperamos que el diálogo sea una herramienta utilizada por nuestros alumnos y alumnas para la resolución de conflictos.
- Que mejore la visión que de la formación profesional se tiene.
- Que aumenten los deseos de formación postobligatoria entre el alumnado.
- Que el fracaso por una elección inadecuada disminuya.

## 2.3. Requisitos previos

Los requisitos para poner en práctica este recurso didáctico no son demasiado exigentes, ya que dependen en gran medida de la propia aplicación que pensemos realizar en nuestro centro educativo.

Sin embargo, es conveniente tener los siguientes medios disponibles:

1. Alojamiento host para poder editar una página web.
2. Aulas TIC u otras que permitan el uso de ordenadores por parte del alumnado.
3. Cámara de video con trípode y micrófono.

Aunque no tiene que ser obligatorio, también es necesario el apoyo o la implicación de varios departamentos, como los departamentos de: Tecnología, Lengua Castellana y Educación Plástica, que deberían estar entre los participantes en el proyecto.

# 3

## Elementos pedagógicos, identificativos y de contextualización

### 3.1. Justificación didáctica

Como resultado de los debates sobre cultura emprendedora, se elaboró un informe en el que se destacaron como objetivos de la educación, especialmente en los niveles de Educación Primaria y Secundaria, los siguientes:

- El fomento de la capacidad de los escolares y estudiantes de resolver sus problemas, lo que supone mejorar su capacidad de planificación, toma de decisiones y comunicación, así como su voluntad de adquirir responsabilidades; es decir, los aspectos típicos de las competencias de gestión.
- Los escolares y estudiantes deberían ser cada vez más capaces de cooperar, trabajar en red, aprender a asumir nuevos papeles, etc.; es decir, se deben fomentar los aspectos típicos de las competencias sociales.
- Los escolares y estudiantes deberían desarrollar la confianza en sí mismos y la motivación para actuar, aprender a pensar de modo crítico e independiente y, en particular, adquirir la voluntad y capacidad de aprender de forma autónoma; es decir, se deberían fomentar los aspectos típicamente personales de la competencia.
- Los escolares y estudiantes deben adquirir un afán de creatividad, proactividad e iniciativa personal, así como estar preparados para enfrentarse a riesgos al ejecutar sus ideas; es decir, se deben fomentar las cualidades típicamente empresariales.
- Orientación para el desarrollo de la vida personal y laboral. Los estudiantes deben conocer las posibilidades y potencialidades que tienen para poder desarrollar su proyecto vital con ciertas garantías de éxito, introduciendo el esfuerzo y la perseverancia como factores fundamentales en la consecución de los logros.

## 3.2. Grupo de incidencia

El sentido práctico de los contenidos que se desarrollan y las competencias que se pretenden alcanzar proporcionan un doble carácter terminal – propedéutico:

- Terminal, porque pretende que los alumnos que finalicen la educación obligatoria obtengan una serie de orientaciones para continuar con su vida personal fuera de la educación reglada.
- Propedéutico, porque, precisamente, esta orientación pone de manifiesto la necesidad de continuar con los estudios postobligatorios, base fundamental para el éxito personal en las metas que cada persona pretende alcanzar a lo largo de la vida.

Es por todo esto que la utilización de esta guía está pensada para alumnos cuyas edades están comprendidas entre los 15 y los 17 años.

## 3.3. Competencias

Las competencias básicas establecidas en el currículo son:

- a) **Competencia en comunicación lingüística**, referida a la utilización del lenguaje como instrumento de comunicación oral y escrita, tanto en lengua española como en lengua extranjera.
- b) **Competencia de razonamiento matemático**, entendida como la habilidad para utilizar números y operaciones básicas, los símbolos y las formas de expresión del razonamiento matemático para producir e interpretar informaciones y para resolver problemas relacionados con la vida diaria y el mundo laboral.
- c) **Competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico y natural**, que recogerá la habilidad para la comprensión de los sucesos, la predicción de las consecuencias y la actividad sobre el estado de salud de las personas y la sostenibilidad medioambiental.
- d) **Competencia digital y tratamiento de la información**, entendida como la habilidad para buscar, obtener, procesar y comunicar la información y transformarla en conocimiento, incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como un elemento esencial para informarse y comunicarse.
- e) **Competencia social y ciudadana**, entendida como aquella que permite vivir en sociedad, comprender la realidad social del mundo en que se vive y ejercer la ciudadanía democrática.
- f) **Competencia cultural y artística**, que supone apreciar, comprender y valorar críticamente diferentes manifestaciones culturales y artísticas, utilizarlas como fuente de disfrute y enriquecimiento personal y considerarlas como parte del patrimonio cultural de los pueblos.

- g) **Competencia y actitudes para seguir aprendiendo de forma autónoma a lo largo de la vida.**
- h) **Competencia para la autonomía e iniciativa personal**, que incluye la posibilidad de optar con criterio propio y espíritu crítico y llevar a cabo las iniciativas necesarias para desarrollar la opción elegida y hacerse responsable de ella. **Incluye la capacidad emprendedora para idear, planificar, desarrollar y evaluar un proyecto.**

Con este recurso didáctico trabajamos las competencias básicas en cada uno de los bloques temáticos planteados, aunque con mayor incidencia de unas u otras dependiendo de la habilidad que estemos trabajando.

Por supuesto, la competencia para la autonomía e iniciativa personal es el eje fundamental que se trabaja en este recurso didáctico; no obstante, también contribuye al desarrollo de otras competencias básicas.

El desarrollo de la competencia emprendedora lo podemos dividir en una serie de competencias básicas. Éstas, a su vez, las podemos agrupar en tres bloques distintos, que son: competencias de gestión, competencias personales y emocionales y competencias sociales.

- **Competencias de gestión**, de las que destacamos las siguientes:
  - o Resolución de conflictos.
  - o Toma de decisiones.
  - o Planificación.
  - o Valoración y asunción de riesgos.
- **Competencias personales y emocionales**, que tienen que ver con el desarrollo propio de la personalidad y de la forma de ser de la persona:
  - o Iniciativa.
  - o Creatividad.
  - o Pensamiento crítico.
  - o Autoconfianza.
  - o Autodisciplina.
  - o Compromiso.
  - o Tolerancia a la frustración.
- **Competencias sociales**, relativas a las relaciones sociales que se establecen en el ámbito laboral:
  - o Roles y Liderazgo.
  - o Trabajo en Equipo.
  - o Comunicación.

Con el siguiente recurso vamos a trabajar unos bloques de contenido que contribuyen de manera clara al desarrollo de las competencias básicas:

- Bloque 1: habilidades para la gestión personal de la trayectoria formativa y profesional, de la que destacamos la habilidad negociadora. El desarrollo de esta destreza contribuye al desarrollo de la competencia en comunicación lingüística, a), y de la competencia social y ciudadana, e).
- Bloque 2: exploración de contextos de formación y trabajo. El desarrollo de este bloque contribuye al desarrollo, en mayor medida, de la competencia digital y tratamiento de la información, d).
- Bloque 3: mercado laboral y economía financiera. En este bloque de contenido se trabajan distintas habilidades, como son:
  - o La entrevista personal, que contribuye a la competencia en comunicación lingüística, a), además de la competencia social y ciudadana, e).
  - o Elaboración de un plan personal de formación, con lo que se contribuye a la competencia digital y tratamiento de la información, d), y de la competencia y actitudes para seguir aprendiendo de forma autónoma a lo largo de la vida, g).

## 3.4. Integración curricular

Como ya hemos dicho con anterioridad, el desarrollo de la cultura emprendedora en el currículo de Secundaria se está incluyendo en los sistemas educativos de nuestro entorno, por lo que no es una cosa que se esté haciendo de forma aislada en nuestro país.

Por eso, esta guía pretende ser de utilidad y un punto de partida para el trabajo de la cultura emprendedora en la educación reglada. La inclusión en el currículo de materias específicas que trabajen esta competencia no impide el desarrollo de esta competencia a través de cada uno de los currículos ya establecidos.

En un principio, este recurso no está pensado para desarrollarse en un área o materia específica, sino que el carácter transversal es el espíritu fundamental que guía a este recurso didáctico.

No obstante, y teniendo en cuenta las competencias básicas que se trabajan fundamentalmente, las áreas o materias que pueden intervenir son:

- Ciencias Sociales.
- Lengua Castellana.
- Informática.
- Ética y Filosofía.
- Educación para la Ciudadanía.
- Educación plástica.
- Tecnología.

Además, cada una de las materias o áreas del currículo puede contribuir al desarrollo de las actividades que más adelante presentaremos, e incluso, se pueden diseñar nuevas actividades que impliquen a otras áreas, con lo que, en un principio, no queda excluida ningún área.

# 4

## Diseño curricular

### 4.1. Objetivos

- Orientar al alumnado para la formación de su itinerario profesional, conociendo sus aptitudes, capacidades e intereses.
- Ayudarles a adquirir una identidad y madurez para futuros aprendizajes formales e informales.
- Descubrir y potenciar una actitud emprendedora.
- Aplicar herramientas útiles para gestionar una pequeña empresa.
- Coeducar, procurar intervenciones positivas que promuevan el desarrollo personal, equilibrado y cooperativo de todo el alumnado y evitar planteamientos que favorezcan la discriminación.

### 4.2. Contenidos

El contenido que vamos a trabajar se fundamenta en tres ejes principales:

1. Gestión Personal y autoconocimiento.
2. Exploración de contextos de formación y de trabajo.
3. Toma de decisiones y planificación del proyecto personal y profesional.

Estos tres ejes los vamos a desarrollar en tres bloques:

- Bloque 1: habilidades para la gestión personal de la trayectoria formativa y profesional.
  - o Búsqueda de Información.
  - o Organización del tiempo.
  - o Tratamiento de la Información.
  - o Habilidades de dirección, liderazgo/asunción de responsabilidades/habilidad negociadora.



- Bloque 2: exploración de contextos de formación y de trabajo.
  - o Programas de Formación en instituciones educativas/oportunidades de empleo.
  - o Tendencias laborales y demandas del mercado.
  - o Creación de Redes.
  - o Análisis general de profesiones y competencias asociadas a dichas profesiones.
  - o Entorno socioeconómico local, regional y europeo.
- Bloque 3: mercado laboral y economía financiera.
  - o Definición de metas, aspiraciones, etc.
  - o Aprendizaje y elaboración del Currículo Europeo/cartas de presentación/cumplimentación de documentación.
  - o Técnicas de entrevistas de trabajo/la presencia, saber ser y estar ante una entrevista laboral.
  - o Elaboración de un plan personal /de una carrera formativa y profesional. Diseño de un itinerario formativo y laboral asociado a una profesión que el alumno mismamente elija.
  - o Proyecto, modelo de creación o fases en la creación de una empresa.

## 4.3. Metodología

Para conseguir que nuestros alumnos y alumnas adquieran habilidades sociales y sean capaces de enfrentarse a situaciones en las que ellos deban razonar y argumentar para defender su postura o posición ante un determinado tema, ya sea una negociación, la búsqueda de empleo, o cualquier otra actividad en la que se necesite el desarrollo de la personalidad propia de cada alumno, utilizaremos una metodología participativa.

Para trabajar con pequeños grupos son necesarias una serie de actuaciones previas, de forma que las relaciones entre el grupo y la propia confección de los pequeños grupos favorezcan el trabajo que posteriormente se va a realizar:

- En primer lugar, es necesario conocer unas pautas que favorezcan el autoconocimiento del grupo, de forma que se pierda la desinhibición inicial y se fomente la cohesión grupal.
- En segundo lugar, la formación de grupos de trabajo, no de una forma aleatoria, sino utilizando una serie de criterios que nos permitan afrontar un trabajo en equipo verdaderamente cooperativo.
- Y, finalmente, el conocimiento de distintas pautas para trabajar la dinámica de grupos.

Por tanto, dividiremos el proceso en tres acciones:



- Conocimiento y cohesión del grupo.
- Técnicas para la formación de los pequeños grupos.
- Dinámica para trabajar con esos grupos.
  - o Lluvia de ideas para seleccionar las ideas sobre las que se van a trabajar.
  - o Debates.
  - o Role – Playing.

### 4.3.1.- Técnicas de desinhibición y cohesión grupal.

Normalmente, el grupo – clase suele estar consolidado, son alumnos y alumnas que se conocen de años anteriores e interrelacionan con normalidad. Sin embargo, para trabajar en grupos más pequeños, necesitamos que pierdan el miedo escénico que les produce expresarse, debatir razonadamente, explicar su posición ante un determinado tema...

Por tanto, utilizar algún tipo de actividad que permita “romper el hielo”, que la relación entre el alumnado y, cómo no, entre alumnado y profesorado, sea desinhibida, que las actividades de debate, role – playing y todas aquellas que necesiten de una escenificación más o menos pública, se inicien y desarrollen de una forma adecuada.

En el siguiente apartado vamos a proponer una actividad que va en esta línea, aunque no tiene que ser ésta. Podemos utilizar otra actividad que consideremos más oportuna, o introducirle modificaciones en función de la propia idiosincrasia de nuestro grupo o centro educativo.

#### Un paseo por el aula.

Despejaremos el aula y la dejaremos diáfana; todos empezaremos de pie en el centro de la habitación. Vamos a dar un paseo por el aula, pero tenemos que seguir una serie de normas que tendremos que explicar con anterioridad. Estas normas son:

- Caminar siempre en línea recta sin detenerse.
- Evitar chocar con nada o con nadie.
- Los cambios de dirección se realizan con giros de 90°.
- El paseo se realiza en silencio, salvo que indiquemos lo contrario.

Una vez que hayamos empezado a caminar y hayamos realizado algunos cambios de orientación, comenzaremos a variar la actividad con pautas como las siguientes:

- Aumento del ritmo: comenzamos con un paseo lento hasta culminar con una marcha rápida (“como cuando llegamos tarde a algún sitio”), pero siempre andando, sin correr.
- Descenso del ritmo: de igual forma, descenderemos el ritmo de forma progresiva hasta llegar casi a parar.
- Establecer algún gesto o interacción al cruzarse con un compañero: saludar, sonreír, sacarle la lengua, guiñarle un ojo, mirar fijamente, disimular...
- Caminar en silencio por el aula sin colisionar con nadie ni con nada.

Después, unas nuevas instrucciones siguiendo las siguientes pautas:

- Pauta a. A la voz de “ya” nos detenemos junto a la persona más cercana, la saludaremos como si fuese un amigo o amiga al que no vemos desde hace una hora.

- Pautas b, c y d. A la voz de “ya” se repite la pauta anterior variando, respectivamente: 1 año, 10 años y 50 años.

Habiendo llegado al ritmo del paseo inicial, introduciremos nuevas pautas opuestas que afectarán a la forma de caminar, como por ejemplo: “con ingravidez”, “con pies de plomo”, “contra el viento”, “a favor del viento”, “con frío”, “con calor”...

Finalizaremos la secuencia con dos instrucciones nuevas: “separarse a la máxima distancia” y “caminar a la mínima distancia”, para que el grupo acabe junto en el centro del aula.

Debemos tener en cuenta una serie de consideraciones para que la actividad logre el objetivo de desinhibir al grupo:

- Las pautas tenemos que cambiarlas antes de que se cansen de realizar la misma actividad, así que la observación de los integrantes del grupo es fundamental.
- El ritmo del paseo debe ser adecuado a la edad y el espacio del que disponemos. No es igual realizar esta actividad con adolescentes que con niños de 5 años.
- Cuando el paseo se realiza en círculos hay que tomar la iniciativa y realizar acciones que rompan esa dinámica, el objetivo es que se vean y se acerquen unos a otros.

### **4.3.2.- Metodologías para trabajar la dinámica de grupos.**

La formación de los pequeños grupos de trabajo, aunque en un principio parece una tarea sin trascendencia, debe realizarse teniendo en cuenta que debemos buscar el trabajo en equipo, para lo que es fundamental que se conozcan entre sí y que estén dispuestos a trabajar juntos. Los grupos y parejas de trabajo se crearán antes de empezar a realizar las actividades y no debe cambiarse la composición de los grupos, salvo que nos encontremos con problemas que no podamos solucionar.

#### **Metodología para trabajar la lluvia de ideas.**

El profesor debe encargarse de señalar el tema, que debe ser simple y claro, formulándolo en forma de pregunta. Por ejemplo:

- ¿Qué actividades podríamos organizar para el día de Andalucía?
- ¿Qué podríamos hacer para introducir un nuevo producto en el mercado?

Uno de los miembros de cada grupo debe ser la figura del secretario, que se encargará de tomar nota de cada una de las aportaciones, sin hacer declaraciones sobre lo que se dice, intentando no coaccionar u orientar las posibles respuestas.

Por tanto, no se permite la crítica, esto es:

- No se puede discutir ninguna idea.
- No se debe poner en tela de juicio lo que otro ha dicho.
- Sólo se puede reaccionar a lo que los demás dicen produciendo otra idea o aportando otra solución.

Se trata de producir cantidad, es decir, de exponer el mayor número de ideas sin preocuparse de si son o no posibles, realistas o de las dificultades que entrañe su puesta en práctica.

Las ideas que uno aporta pueden inspirarse en lo que otros han expresado, o pueden venir por asociación con una idea dicha anteriormente. Debe dejarse vía libre a la imaginación.

El desarrollo de una sesión de lluvia de ideas seguirá tres fases:

- **Presentación.** El profesor presenta brevemente el tema y anota en la pizarra la pregunta que resume el problema. Explica el procedimiento que se va a seguir y las reglas del juego.
- **Producción de ideas.** El profesor debe actuar de animador y moderador, no puede participar en la producción de ideas, dará la palabra y exigirá que se cumplan las reglas. El tiempo del ejercicio es variable, según la complejidad del tema y las características del grupo.
- **Selección de ideas.** Para seleccionar esas ideas, es necesario utilizar algunos criterios, como pueden ser: posibilidades de realización, originalidad y eficacia para resolver el problema. La selección la puede realizar cada uno de los pequeños grupos o en común.

El profesor actuará como coordinador y tendrá que poner especial atención y tener en cuenta su papel en este tipo de actividades. Por tanto, deberá tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La definición del tema debe ser precisa.
- Aclarar las condiciones que deben tener los que participen o expongan ideas: brevedad, máxima cantidad de ideas, exclusiones de críticas y garantizar que se cumplen las normas.
- Controlar el tiempo.
- Proponer la manera de tomar por escrito las diversas aportaciones.
- Definir la manera de seleccionar las ideas más útiles, ya sea en gran grupo, en subgrupo o en comisiones.

### Metodología para trabajar en pequeños grupos (Phillips 66).

El grupo de alumnos y alumnas debe dividirse en grupos de seis y se seguirán las siguientes indicaciones:

- En cada grupo tendremos un moderador y un secretario.
- El papel de moderador será asegurarse de que el tema se trata en seis minutos y que todos participan, además de moderar la discusión.
- El papel del secretario será anotar las conclusiones y leerlas antes de terminar la reunión.
- Los grupos tratan el tema, dando oportunidad a que todos participen.
- Cuando falta un minuto para terminar el tiempo, el profesor avisa.
- Antes de terminar la reunión, cada secretario lee las conclusiones y obtiene el consenso del resto del grupo.

Después, la puesta en común en gran grupo se puede realizar de distintas formas, como por ejemplo:

- Mesa redonda con los secretarios de cada grupo.
- Debate a partir de la exposición de cada secretario.
- Los secretarios se juntan para hacer la síntesis de las conclusiones y copian en la pizarra el resumen general. Se establece un debate general en la clase a partir de dicho resumen.
- Cada secretario informa a la clase de sus conclusiones, que se van anotando en la pizarra para luego realizar la síntesis entre todos.

### **Metodología y consideraciones para realizar debates.**

Para los procesos de debate, es necesario tener en cuenta una serie de indicaciones que el coordinador del debate debe conocer:

- Presentar de manera clara el tema o problema que se ha de considerar.
- Precisar el objetivo a conseguir en grupo.
- Clarificar los criterios de agrupación de los miembros.
- Fijar el tiempo destinado a trabajar en grupo.
- Comentar, si es necesario, la conveniencia de escribir los acuerdos y producciones.
- Cuidar que los intercambios dentro de cada pequeño grupo se ciñan al tema que se ha estipulado.
- Asegurar que las intervenciones se llevan a cabo con la intensidad de voz adecuada para evitar interferencias en otros grupos.
- Indicar el término de la discusión.
- Poner las condiciones para que los diversos miembros procuren llegar, en lo posible, a posiciones unificadas o complementarias.

Después de un debate, hay que realizar una puesta en común con las conclusiones finales. Para ello, el coordinador debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La aportación de los diversos miembros debe ser clara.
- Todas las aportaciones deben ser tratadas de la misma forma. No se puede permitir, a priori, que se realice un tratamiento diferenciador de las distintas aportaciones; en un principio no se valora la calidad de éstas.
- Cuando dos aportaciones parezcan muy distintas, hay que hacer valer el papel de complementariedad que pueden tener ambas aportaciones.
- Recoger por escrito las distintas aportaciones, para la posterior puesta en común de conclusiones.
- Favorecer la participación, pero evitando que se monopolice el tiempo de intervención; se trata de debatir, no de establecer diálogos o, incluso, monólogos.

### **Desarrollo de un ROLE - PLAY.**

Este tipo de técnica es útil para trabajar actitudes, tanto de ámbito personal como profesional. Se basa en dramatizaciones y escenificaciones que suelen provocar una ruptura de los conceptos iniciales que se tienen sobre determinados temas.

Es fundamental realizar una preparación del tema, la representación debe tener un guión claro y los actores que van a desarrollar la escena o escenas deben conocerlas con anterioridad. No es recomendable improvisar este tipo de actividades.

La dramatización debe seguir una serie de pautas:

- Los actores que representan la escena pueden expresarse con su propio lenguaje.
- El grupo no debe interferir el desarrollo de la escena por ningún motivo.
- La actuación debe ser fundamentalmente a través de la palabra. No se trata de una escenificación teatral, aunque sí que se pueden realizar gestos dependiendo de la situación.
- El profesor parará el ejercicio cuando considere que ya ha aportado suficiente material para el debate posterior.

Después de una representación, suele acompañar un debate y una puesta en común de conclusiones, que se regirá por lo ya desarrollado con anterioridad.

Normalmente, se suele realizar una segunda dramatización después de conocer las conclusiones, de forma que se observe la diferencia de actuación antes y después de trabajar el tema en cuestión.

El coordinador debe tener en cuenta una serie de indicaciones, que ayudan a que la actividad termine con un nivel de éxito aceptable:

- Presentar claramente el tema a representar.
- Facilitar la adecuación del contexto físico.
- Asegurar la pertinente asunción de los papeles de los actores.
- Asegurar el silencio del resto de miembros durante la representación.
- Tener cuidado con la temporalización.
- Favorecer el análisis y las propuestas posteriores.

## 4.4. Actividades

En este apartado vamos a seguir el esquema contenido - actividad; esto es, antes de presentar una actividad, expondremos una serie de consideraciones relacionadas con el contenido que trabajaremos en esa actividad. En los anexos que están en el CD podemos encontrar información para ampliar o concretar más los contenidos a los que se hace referencia.

### 4.4.1.- Bloque I: Habilidades para la gestión personal de la trayectoria formativa y profesional.

#### La negociación, ¿en qué consiste?

<p>Medio de resolver un conflicto existente entre las dos partes cuando ambas partes quieren mantener una relación.</p>	<p>Proceso de intercambio en el que se produce concesiones por cada una de las partes, logrando alcanzar un acuerdo que permita a ambas satisfacer sus necesidades.</p>
---	---

## Características de una negociación.

Una negociación tiene una serie de características que hacen que se pueda considerar negociación:

- **Intercambio de valores y/o servicios.** Debe haber un intercambio de algo. En toda negociación es necesario que ambas partes cedan en algún punto; en caso contrario no podremos hablar de negociación, ya que al no haber intercambio, una de las partes asume todo lo que la otra impone.
- **Inexistencia de una relación de dependencia.** En el caso de que una de las partes pueda ejercer un poder sobre la otra parte, la negociación queda sesgada e incluso anulada, ya que una de las partes no puede defender su posición sin temor a que la otra ejerza su superioridad.
- **La dependencia de ambas partes para la consecución de algún objetivo mutuo y específico.** Si una de las partes no tiene intención de conseguir algo de forma específica o no tiene un objetivo común, no tendrá razones por las que llegar a acuerdos.
- **Establecimiento de acuerdos.** Al final de una negociación se tiene que llegar a unos acuerdos respetados por todas las partes; cuando esto no es así, el proceso de negociación fracasa.

## Condiciones para la negociación.

El éxito de una negociación se basa en que las partes lleguen a unos acuerdos en el que todas ellas se sientan representadas y que sean fruto de un ejercicio de libertad de cada una de las partes.

Que una negociación alcance éxito o no puede conocerse a priori, pero sí que podemos saber si existen unas condiciones que nos puedan permitir llegar al éxito en la negociación. Estas condiciones pueden resumirse en:

- **Que las partes que se encuentren implicadas quieran llegar a un acuerdo común.** Evidentemente, si una de las partes no tiene interés en llegar a un acuerdo, por mucho que se intente negociar, el acuerdo no se materializará.
- **Que exista disposición por las partes a poder cambiar sus posturas iniciales.** En caso contrario, cada una de las partes se instalará en defender su postura inicial y no podrá darse el intercambio de reflexiones que permita un acuerdo.
- **Tener claro los argumentos y los límites marcados en la negociación.** Cada una de las partes debe saber hasta dónde es capaz de ceder en sus planteamientos iniciales; de otra manera, se puede llegar a cerrar una negociación con un acuerdo que a posteriori no se pueda, o no se quiera, cumplir.

## Características personales de un negociador.

Un negociador debe tener unas características personales que permitan llegar al éxito ante una negociación. Estas características no son condición necesaria para garantizar un resultado positivo, pero su ausencia sí que puede ser determinante para el fracaso de la negociación.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenacidad.</li> <li>- Empatía.</li> <li>- Feedback.</li> <li>- Comunicación verbal y no verbal.</li> <li>- Saber hacer preguntas.</li> <li>- Capacidad de escucha activa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persuasión.</li> <li>- Asertividad.</li> <li>- Honestidad.</li> <li>- Capacidad de observación.</li> <li>- Amabilidad y firmeza.</li> <li>- Comprensión de los intereses en juego.</li> </ul>
---	--

### Errores del negociador.

Normalmente, cuando un negociador no lleva a término el proceso, suele ser porque las posiciones de partida están excesivamente encontradas. No obstante, hay una serie de cuestiones a tener en cuenta para evitar que un error del negociador acabe con las posibilidades de llegar a acuerdos.

Estos errores se pueden resumir en los siguientes:

- No tener en cuenta las fases de la negociación.
- Improvisar excesivamente.
- Excesiva preocupación por obtener solamente un único resultado y en beneficio propio.
- No cumplir con los acuerdos.
- Concentrarse en los puntos débiles de la otra persona.
- Buscar la seguridad máxima.
- Falta de control sobre los resultados.
- Engaño.
- Inflexibilidad.
- Adoptar una postura defensiva.
- Ser impaciente.

### La Asertividad.

La asertividad es la capacidad para afirmar y preservar nuestros derechos e intereses. Se considera la asertividad como la base primordial en toda negociación, asociándole como antónimos términos tales como agresividad y pasividad.

Se pueden establecer dos tipos de lenguaje: verbal y no verbal.

Dentro del lenguaje verbal se debe tener muy presente que:

- Hay que mantener una relación de igual a igual.
- Escuchar activamente al otro.
- Explicar claramente nuestra opinión.
- Exponer de manera concisa y clara lo que queremos obtener.
- Recordar que saber lo que queremos y exponerlo claramente es síntoma de coherencia y orden mental.



El lenguaje no verbal lo utilizamos para dar fiabilidad, sinceridad y credibilidad a lo que estamos expresando. Los parámetros que debemos tener en cuenta son:

- Contacto ocular con la otra persona de manera firme, pero no amenazante.
- Cara relajada, no tensa.
- No se entrelazan ni se frotran las manos, éstas deben actuar con total naturalidad.
- No encoger los hombros.
- Postura distendida.
- Las piernas no deberían cruzarse.
- No dar golpes con los pies.
- Los gestos y posturas en conjunto deben transmitir seguridad y respeto.

### Estilos de negociador.

Podemos establecer una clasificación de los diferentes tipos o clases de negociador/a:

- Estilo Piedra.
- Estilo Lápiz.
- Estilo Papel.
- Estilo Tijeras.
- Estilo Diplomático.
- Estilo Formalista.
- Estilo Ingenuo.
- Estilo Agresivo.
- Estilo Excesivo.

A continuación, definiremos brevemente cada estilo, que puede ser ampliado por el profesorado atendiendo a la bibliografía:

#### ESTILO PIEDRA

- No suelen dialogar fácilmente.
- No mantienen una seguridad de los objetivos a alcanzar.
- Son claros y precisos.
- Son personas de acción.
- Suelen pensar que para vencer no hay que dudar, y que los combates no se suelen ganar con vaguedades.

#### ESTILO LÁPIZ

- Suelen trazar los límites de cada propuesta y tratan de convencer a la otra parte.
- Son buenos comunicadores, realistas y explican sus ideas de manera diplomática.
- Son tranquilos, precisos y actúan de manera controlada.

**ESTILO PAPEL**

- Se muestran flexibles, hacen propuestas varias para buscar un objetivo común.
- Suelen tratar de construir una solución nueva entre dos.
- No les gusta el conflicto, ni la lucha tampoco.

**ESTILO TIJERAS**

- Suelen llegar a una conciliación entre los dos puntos de vista.
- Los arreglos que realizan son prácticos.
- Se suelen comunicar de forma clara y concreta.
- Intentan evitar los errores siendo muy prudentes al respecto con los temas a tratar.

**ESTILO DIPLOMÁTICO**

- Existe un equilibrio y beneficio entre las partes.
- Son prudentes, analíticos, pacientes, equilibrados y se muestran firmes si es necesario.
- Posee una gran capacidad de diálogo, de discreción y de cordialidad.

**ESTILO FORMALISTA**

- Su ritmo es lento, no avanzan mucho y realizan numerosos preparativos.
- Emplean interrupciones en las sesiones, que forman parte de su táctica.
- Las normas y sus interpretaciones no suelen estar muy claras.

**ESTILO INGENUO**

- El ambiente se define simpático durante todo el proceso.
- No suele conducir a nada ya que nadie defiende un punto de vista que sea preciso. Tanto uno como el otro quieren ser amables entre sí.
- Se intenta no suscitar reacciones agresivas hacia el otro.
- El problema no se trata como es debido.

**ESTILO AGRESIVO**

- Quieren ganar a todo precio, pasando de la negociación a la guerra en poco tiempo.
- La tensión que muestran es extrema.
- No muestran cesión alguna hacia ninguna propuesta de la otra parte.
- Se muestran duros, firmes e impetuosos.
- No muestran cansancio alguno.
- Suelen hablar más que escuchar.

**ESTILO EXCESIVO**

- Tienen un interés demasiado alto por encontrar un resultado.
- Se preocupan únicamente por encontrar un arreglo momentáneo y un compromiso por parte de la otra persona.
- Su ambigüedad es patente.

Según la relación existente entre los resultados a obtener por ambas partes, clasificamos la negociación en Distributiva e Integrativa:

- La Negociación Distributiva es aquella que pone de manifiesto aspectos cuantitativos, impone condiciones, se trata de ganar o perder y los recursos suelen ser limitados.
- La Negociación Integrativa por el contrario se basa más en aspectos no cuantitativos. Todos pueden salir ganando de la negociación ya que puede repartirse mejor lo existente.

### Elementos estructurales en una negociación.

En una negociación no pueden faltar unos objetivos, que son primordiales y esenciales, y que son primordiales en un intercambio, ya que nos establecen el nivel de éxito que estamos obteniendo en dicha negociación. Estos objetivos se pueden agrupar en:

- Lo que tenemos que conseguir.
- Lo que pretendemos conseguir.
- Lo que nos gustaría conseguir.

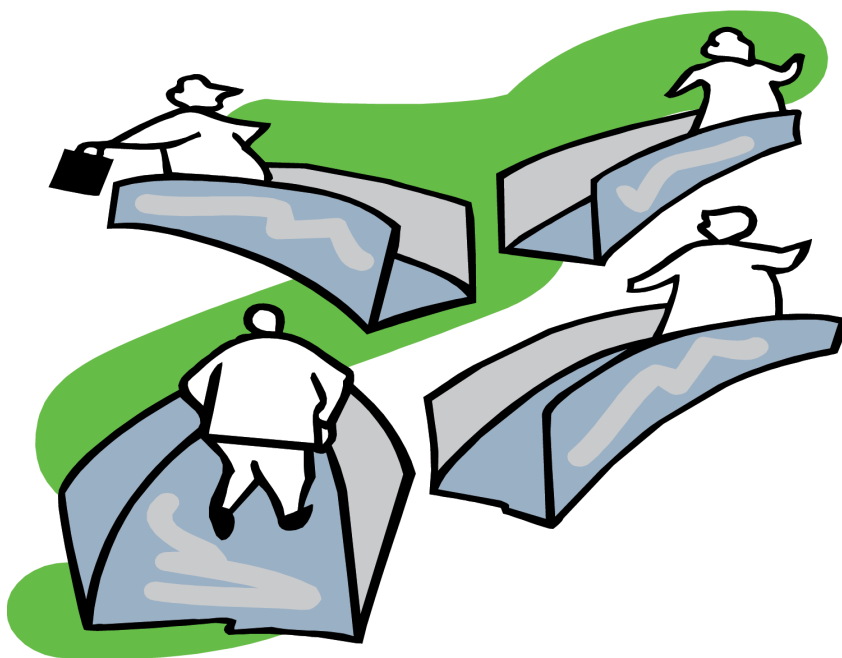
La siguiente tabla muestra la relación entre los distintos elementos estructurales de una negociación y el tipo de comportamiento que se desarrolla a lo largo de la negociación.

ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS	TIPO COMPORTAMIENTO
OBJETIVOS	COMPATIBLES	COOPERACIÓN
	INCOMPATIBLES	COMPETICIÓN
RELACIÓN	DEPENDIENTES	COOPERACIÓN
	INDEPENDIENTES	COMPETICIÓN
RECOMPENSAS	YO GANO-TU GANAS	COOPERACIÓN
	YO GANO-TU PIERDES	COMPETICIÓN
PODER	SEMEJANTE	COOPERACIÓN
	DIFERENCIADO	COMPETICIÓN
RELACIÓN COMUNICACIÓN	AMISTOSA	COOPERACIÓN
	HOSTIL	COMPETICIÓN
ENTORNO	FACILITA	COOPERACIÓN
	PRESIONA	COMPETICIÓN

## Fases de la negociación.

Una negociación se puede separar en tres fases fundamentalmente:

- Contacto. En esta fase, las distintas partes establecen el primer contacto y cada una de las partes expresa su posición.
- Discusión. En esta fase, cada uno argumenta y defiende su posición y explica la diferencia de opinión con respecto a las otras partes.
- Intercambio. En esta fase, cada parte ofrece una salida y pide un esfuerzo a las otras partes, de forma que se pueda llegar a un acuerdo después de escuchar a cada una de las mismas y realizar unas propuestas que puedan llegar a satisfacer a ambas partes, o al menos no encontrarse con una oposición final que acabe en fracaso.



1. Contacto.
2. Discusión.
3. Intercambio.

## Preparación de la negociación.

En la preparación de una negociación podemos y debemos establecer una serie de parámetros a tener en cuenta y no pasarlos por alto antes del comienzo:

- Hay que definir en primera instancia los objetivos y las bandas de negociación. Podemos esclarecer una tabla de peticiones en la que incluir: el grado de importancia que tiene para nosotros, el límite mínimo, el límite máximo (ruptura de la negociación). Por ejemplo, ¿Cuánto es lo máximo que puedo cobrar por lo que estoy dispuesto a entregar?, y ¿Cuánto es lo mínimo que puedo pagar por lo que necesito?
- Preparar el contenido de la negociación, intereses, opciones, alternativas, legitimidad, compromiso.
  - o ¿Cuáles son nuestros intereses?
  - o ¿Cuáles son los intereses de la otra parte?
  - o ¿De qué alternativa se dispone si no llegamos a alcanzar la solución esperada?
  - o ¿Qué criterios podemos utilizar para que cada una de las partes nos convenzamos de que no estamos siendo engañados mutuamente?
  - o ¿Qué compromisos debemos buscar en la otra parte, y cuáles nosotros?

- Analizar las características de la otra parte.
- Preparar la relación.
- Dividir las tareas entre los miembros del equipo de negociación.
- Preparar el entorno físico.
- Establecer normas a seguir en la negociación.

### Actividad 1. Negociación en grupo.

#### OBJETIVO

Enfrentar al alumnado a su primera experiencia como negociador.

#### OBSERVACIONES PARA EL PROFESORADO

Se trata de enfrentar a los alumnos a una negociación. Distribuiremos a los alumnos por parejas y cada pareja realizará una negociación.

El tema para la negociación puede ser, por ejemplo:

- Establecer una o varias fechas de exámenes.
- El día para una excursión.
- El lugar para realizar una salida del centro.

#### DESARROLLO

1. Cada uno de los miembros de la pareja asumirá el rol de un tipo de negociador e intentará llegar a un acuerdo con respecto al tema planteado. El tiempo estimado para esta negociación es de 15 minutos.
2. Seguidamente, se rellenará la ficha adjunta, apuntando la reacción del oponente en la negociación ante cada uno de los roles de negociador que se presentan.
3. Finalmente, se abrirá una charla coloquio para establecer la actuación que debe tener un tipo de negociador que fuese el ideal para lograr acuerdos con un éxito razonablemente alto.

#### OBSERVACIONES

A continuación se muestra una tabla con los distintos roles que puede desempeñar un negociador. Cada uno de los alumnos elegirá un rol y lo llevará a término. Después tendremos que anotar la actuación del oponente.

Esta ficha está disponible en el CD en formato A4 para ser fotocopiada.

ROL	ACTUACIÓN DEL Oponente
PERSUASIVO	
PROCEDIMIENTOS	
COOPERADOR	
CONCILIADOR	
DIPLOMÁTICO	
ARGUMENTATIVO	
FORMALISTA	
INGENUO	
AGRESIVO	
COMPROMISO EXCESIVO	

## Actividad 2. Preparar una negociación.

OBJETIVO
Reflexionar sobre la preparación para desarrollar una negociación.
OBSERVACIONES PARA EL PROFESORADO
<p>Se trata de que el alumnado prepare una negociación rellenando la ficha adjunta. Dependiendo de la franja de edad, la negociación puede rotar en torno a distintos temas, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subida de salario.</li> <li>• Normas de convivencia.</li> </ul>
DESARROLLO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Por parejas, se rellenará la ficha adjunta para preparar una negociación.</li> <li>2. Puesta en común de las fichas y elaboración de una ficha que recoja toda la información.</li> </ol>
OBSERVACIONES
Después de elaborar el plan de acción, se puede llevar a cabo la negociación, dependiendo del caso práctico que se haya elegido.

**FICHA: PREPARACIÓN DE UNA NEGOCIACIÓN** (disponible en el CD como material fotocopiable).

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.	
¿Qué se pretende conseguir?	
Intereses en conflicto.	
Tipo de problema.	
2. RECOGIDA DE INFORMACIÓN.	
INFORMACIÓN SOBRE EL Oponente.	
Integrantes.	
Poder en las negociaciones.	

Puntos fuertes y débiles.					
Objetivos de la negociación.					
Resultados esperados.					
Límites máximos y mínimos.					
Argumentos del Oponente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -----</li> <li>-----</li> </ul>				
<b>NUESTRA PROPIA LÍNEA ARGUMENTAL.</b>					
Nuestros propios argumentos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -----</li> <li>-----</li> </ul>				
<b>3. OBJETIVOS Y LÍMITES DE LA NEGOCIACIÓN.</b>					
Posición más favorable.					
Posición intermedia.					
Límite de la negociación.					
<b>4. PLAN DE ACCIÓN.</b>					
ORDEN	ARGUMENTO	OBJECIÓN	ESTRATEGIA	TÁCTICA	CONCESIONES
<b>5. ROLES DEL EQUIPO NEGOCIADOR.</b>					
Portavoz.					
Sintetizador.					
Observador.					
Lugar de la reunión.					
ORDEN DEL DÍA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -----</li> <li>-----</li> </ul>				
RESULTADOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -----</li> <li>-----</li> <li>• -----</li> <li>-----</li> <li>• -----</li> <li>-----</li> </ul>				



PRESENTACIÓN E INICIO DE LA DISCUSIÓN.	
1. LOS PRIMEROS MOMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.	
Cuestiones de procedimiento.	
Posición inicial.	
2. PROCESOS DE DISCUSIÓN.	
Orden dentro del plan de acción.	
PROPUESTA O INTERCAMBIO.	
1. NUESTRAS PROPUESTAS.	
2. ESCUCHA ACTIVA, SUS PROPUESTAS.	
ACUERDO Y CIERRE.	
1. TIPOS DE CIERRE.	
Cierre por concesión.	
Cierre con resumen.	
Cierre con descanso.	
Cierre con ultimátum.	
Cierre con ultimátum.	
Cierre con objeción.	
2. ACTA O MEMORIA DEL ACUERDO.	

## Cuestionario de Evaluación: La negociación.

1. ¿Comprendo la importancia de preparar las negociaciones? Justifica tu respuesta.

---

---

---

2. ¿Trato de conseguir información acerca de los temas a negociar, aspectos que guarden relación, e incluso de los interlocutores en la negociación?

---

---

---

---

3. ¿Trato de ser observador y de comprender los verdaderos intereses y objetivos de la otra parte?

---

---

---

4. ¿Tengo claro los fines de la negociación y los objetivos que pretendo conseguir a través de ella?

---

---

---

---

5. ¿Trato de descubrir en el choque directo de objetivos entre las dos partes si es posible proponer compromisos en los que las dos partes salgan ganando?

---

---

---

---

---

6. ¿Soy afable con los negociadores de la otra parte? ¿Les miro cuando hablan y les presto atención? ¿Soy receptivo a sus argumentos?

---

---

---

---

7. ¿Sé prevenir las respuestas e iniciativas de la otra parte y preparo los pasos a dar con antelación?

---

---

---

---

8. ¿Trato de conseguir los acuerdos que son más correctos, sin temor a las críticas que pudieran ocasionarse después?

---

---

---

---

## Habilidades de dirección.

Dirigir un proyecto, empresa, organización... requiere de una persona que asuma la dirección, que asuma un liderazgo dentro de ese grupo. Para que ese liderazgo sea fructífero, es necesario tener en cuenta una serie de aspectos y factores que hacen que un líder sea efectivo.

Una primera cuestión a tener en cuenta para aquellos que quieren o ejercen un liderazgo, una dirección, son los aspectos psicológicos:

- **Integridad y honradez:** se trata de que las acciones no desmientan sus palabras, debe tener un sentido ético.
- **Entusiasmo:** no basta con que esté convencido de lo que dice, tiene que ser evidente para el resto de personas. La integridad se notará en el entusiasmo.
- **Voluntad y perseverancia:** convertirse en líder o persona que dirige significa un camino arduo y difícil. Para poder superar todos los obstáculos será necesario una gran fuerza de voluntad y un empeño muy firme en superarse.
- **Confianza y autocontrol:** la persona que dirige debe inspirar confianza y para ello es necesario que la tenga en sí misma.
- **Timidez:** puede ser vencida o controlada. La práctica continuada y una preparación de lo que quiere hacerse, así como una buena planificación del tiempo dará a la persona la seguridad que precisa, haciendo que pierda el miedo.
- **Imaginación:** es una facultad creativa, de creación, que permite a la persona que dirige enfocar nuevas ideas, nuevos puntos de vista.
- **Energía:** necesaria para convencer al resto de personas. La energía es la prueba material del entusiasmo y se manifiesta en la voz y la entonación, en los gestos...
- **Sencillez:** conduce a que tengamos una comunicación directa, personal y humana. Esto quiere decir que tenemos que ir al grano, acercarnos al nivel de los oyentes.
- **Fluidez mental y verbal:** cuando hablamos o pronunciamos algún discurso no hay tiempo para buscar en nuestro cerebro ideas oportunas o palabras adecuadas. Todo debe fluir de una manera espontánea, no dejándolo todo a la improvisación.

Ejercer la dirección suele ir acompañado de una escenificación más o menos pública; esto es, en ocasiones es necesario establecer una comunicación con un foro. Es decir, tenemos que ser capaces de pronunciar un discurso. Para ello, debemos tener en cuenta dos aspectos fundamentales que nos permitirán salir airoso de una situación así. Estos dos aspectos son vencer el miedo y mantener la calma.

- **Vencer el miedo.** Cuando una persona debe pronunciar un discurso o proyectar una idea hacia un conjunto de personas, lo más importante que debe hacer es vencer al pánico escénico y mantener la calma y el autocontrol. Para ello, tenemos que tener en cuenta que el miedo no podemos eliminarlo del todo de un día para otro, por tanto, es necesario que se tenga en cuenta que:
  - o Cuando el miedo no pueda ser eliminado del todo, sí que puede disminuirse, superarse poco a poco en el día a día.
  - o Lo que debemos hacer en primer lugar es conocer bien la situación a la que tenemos que enfrentarnos: imaginarnos a las personas que nos vamos a dirigir y el mensaje que queremos transmitir.
  - o En segundo lugar, debemos estar lo más preparados posible con lo que nos tenemos que enfrentarnos y planificar lo que queremos decir y cómo.
  - o Finalmente, hay que adoptar una actitud positiva.

- **Mantener la calma.** Existen técnicas para relajarse y vencer la ansiedad que pueda bloquearnos. Para ello, debemos tomar en consideración que:
  - o Debemos evitar el cansancio, para que nuestra propia agilidad mental no se vea mermada por él y podamos, así, construir un mensaje coherente.
  - o Lo segundo es dominar nuestra propia respiración, un control de la respiración servirá para relajarnos y aportar el oxígeno necesario para nuestro cerebro. No debemos respirar de forma agitada, nuestro ritmo debe ser pausado y normal.
  - o Finalmente, debemos repetirnos a nosotros mismos que todo va a salir bien, imaginar conclusiones positivas a una situación difícil en la que nos encontramos. Una actitud positiva es fundamental para salir airoso de una situación así.

Consecuentemente, vamos a ver una serie de principios básicos de comunicación que vamos a agrupar en tres grupos: reglas básicas, elementos de comunicación y codificación del mensaje.

- Hay que tener en cuenta una serie de Reglas básicas:
  - o Hablar el mismo lenguaje que el destinatario.
  - o Hablar de los problemas que más preocupan al destinatario.
  - o Conocer las opiniones de los destinatarios.
  - o Ser breves y concretos.
- Elementos de este proceso:
  - o Elaboración de una idea (pensar lo que se quiere decir...).
  - o Codificación (traducción a palabras, gestos...).
  - o Transmisión del mensaje (a través de un medio, canal...).
  - o Recepción del mensaje (por otra persona).
  - o Decodificación (comprensión de las palabras, gestos...).
  - o Utilización del mensaje (Responder, guardar, acción...).
- La codificación del mensaje:
  - o **Relevancia:** crear el mensaje apropiado a las condiciones que se establezcan.
  - o **Simplicidad:** reducir las ideas a los términos más simples posibles.
  - o **Definición:** definir antes de desarrollar, explicar antes de ampliar.
  - o **Estructura:** organizar el mensaje en una serie de etapas sucesivas.
  - o **Comparación y contraste:** comparar nuevas ideas con viejas ideas; asociar lo desconocido con lo conocido.
  - o **Repetición:** repetir los conceptos clave del mensaje.
  - o **Énfasis:** enfoque de los aspectos esenciales de la comunicación.

Enfrentarse a la disertación pública, a transmitir una idea o concepto a un foro, a expresarse mediante un discurso requiere de una preparación previa, no se puede dejar al azar aquello que pretendemos transmitir. No preparar el discurso nos conduce a:

- Que el miedo escénico pueda más que nosotros mismos.
- Que la línea argumental se desvíe y entremos en un razonamiento muy distinto al planteamiento inicial que hacíamos. En ocasiones queremos decir una cosa y acabamos afirmando la contraria.
- Que nos quedemos sin argumentos, atascados y paralizados, sin saber qué decir o cómo expresarnos.

La preparación de un discurso requiere de unos pasos a seguir, que pueden ser:

- Elegir el tema.
- Buscar materiales.
- Construir el guión.
- Qué tengo que decir.
- Cómo lo construyo.
- Cómo lo presento.
- Cómo llego al resto de personas.
- Ensayar el discurso.

### Actividad 3. Un discurso.

#### OBJETIVO

Conocer las pautas para preparar y elaborar un discurso.

#### OBSERVACIONES PARA EL PROFESORADO

Se trata de que cada alumno elabore un pequeño discurso de 5 minutos y lo exponga al resto de la clase. El tema a elegir puede ser abierto o impuesto por el profesor. Unos alumnos elaborarán un discurso a favor y otros en contra del tema propuesto.

#### DESARROLLO

1. Escoger el tema y elaborar un pequeño discurso de 5 minutos.
2. Exponer el discurso a los compañeros del aula.
3. Recoger las impresiones que han tenido ante las dos fases del discurso: preparación y exposición.

#### OBSERVACIONES

Es conveniente que se expongan varios temas, de forma que la actividad no sea excesivamente repetitiva y canse al alumnado. A continuación se muestra una ficha para que cada alumno la rellene después de elaborar y presentar el discurso.

## Cuestionario de Evaluación: El Debate.

1. ¿He controlado los nervios a la hora de exponer en público? Razona la experiencia.

---

---

---

---

---

---

---

---

2. En cuanto a mi actitud frente a los demás, ¿escucho lo que tienen que decir?

---

---

---

---

3. ¿He preparado los distintos argumentos que iba a utilizar en el debate?, ¿me ha servido ese trabajo previo?

---

---

---

---

---

---

---

4. ¿Me he sentido bloqueado en algún momento? ¿Cómo he resuelto la situación?

---

---

---

---

---

---

5. ¿He observado algún tipo de conducta negativa en mi actitud? ¿Soy agresivo a la hora de exponer mi punto de vista?

---

---

---

---

---

6. Cuando me han hecho una pregunta que no esperaba, ¿he actuado con naturalidad?

---

---

---

---

7. ¿Se puede decir que he convencido en el debate realizado? ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

## La organización del tiempo.

Para poder conseguir una buena organización del tiempo, no sólo para el estudio y el trabajo sino para nuestro proyecto de vida, debemos tener presente:

- Nuestras metas.
  - o ¿Qué es lo que quiero?
  - o ¿Para cuándo lo quiero?
  - o ¿Es posible eso que quiero?
  
- Las tareas.
  - o ¿Qué es lo que tengo que hacer?

Si ya se sabe lo que se quiere, ahora nos planteamos qué es lo que hay que hacer para lograr lo que se quiere. Cuando nos enfrentamos a determinadas cosas nuevas siempre damos una serie de pasos nuevos hacia delante: hacemos pruebas, investigamos, nos equivocamos... (prueba-error).

- **Marcar las prioridades.** De todas las tareas propuestas, hay que elegir y marcar cuál debe ser la primera, cuál la segunda y así sucesivamente.
- **Los conocimientos.** Hay que adquirir conocimientos para nuestras propias metas; aquello que no se sepa hay que preguntarlo, buscarlo e investigarlo con o sin la ayuda de tu profesor/a.
- **La mentalización.** La manera de mentalizarse es visualizando el trabajo, lo que se quiere hacer y conseguir, imaginar las tareas. Mentalizarse es la primera batalla que hay que ganar para poder conseguir aquello que queremos.
- **El tiempo.** Que no te roben el tiempo, debes marcarte todas las metas posibles, sus correspondientes tareas y no permitir que imprevistos, complicaciones y demás perturbaciones puedan con la ilusión de poner en práctica tus metas.
- **Perfil psicológico.** Nos debemos plantear si somos fuertes o por el contrario débiles. Podemos pensar que la mayoría de las personas son débiles, pero en realidad somos débiles cuando sólo somos esclavos de nuestros pensamientos y acciones que no controlamos. Si se controlan las metas a seguir con una buena organización de todo, seremos fuertes. La única forma de organizarse es siendo organizado, y para ello será necesario también marcarse una serie de rutinas que deberemos incluir en nuestras tareas.
- **El mapa.** Necesitamos una guía para visualizar todo nuestro proyecto a seguir para alcanzar la meta propuesta: ver nuestros objetivos visualmente, imaginarnos el resultado final positivo...Para ello es necesario crear un mapa propio mental.



## Actividad 4. Organizo mi tiempo.

### OBJETIVO

Aprender a organizar el tiempo para trabajar y lograr objetivos marcados.

### DESARROLLO

En un folio A3, o en dos juntos de este tamaño, escribiremos nuestro Objetivo principal: NUESTRAS METAS. A partir de éste y en el sentido de las agujas de un reloj, diversificaremos diferentes ramas:

- En un recuadro, las TAREAS (de aquí sacaremos igualmente diferentes ramificaciones, también en el sentido de las agujas del reloj). Dichas ramificaciones pueden coincidir con lo expuesto en el apartado de tareas.
- En otro recuadro, EL TIEMPO (con sus respectivas ramificaciones).
- En otro recuadro, EL MAPA que visualizamos sobre nuestras metas.

### OBSERVACIONES

Es conveniente que se expongan varios temas, de forma que la actividad no sea excesivamente repetitiva y canse al alumnado. A continuación se muestra una ficha para que cada alumno la rellene después de elaborar y presentar el discurso.

## 4.4.2.- Bloque II: Exploración de contextos de formación y trabajo.

### Programas y Oportunidades de Formación.

#### Un Nuevo Concepto de Formación.

El aprendizaje permanente es una herramienta de desarrollo personal y social para amplios sectores de la sociedad, que tienen el derecho y la necesidad de incorporar a su bagaje de competencias aquellas consideradas básicas para vivir y trabajar en el siglo XXI. La población adulta no puede renunciar a la adquisición y desarrollo de competencias personales y sociales, necesarias para ejercer su derecho a una ciudadanía activa.

Se entiende por formación a lo largo de la vida toda actividad de aprendizaje llevada a cabo en cualquier momento de la vida, con el fin de mejorar conocimiento, habilidades y competencia, desde una perspectiva personal, cívica y/o ligada al empleo. Esto supone tener en cuenta toda clase de educación y formación formal, no formal e informal (Comisión Europea, 2001).

#### Educación Formal, Informal y No Formal.

**Educación formal:** aprendizaje ofrecido normalmente por un centro de educación o formación, con carácter estructurado (según objetivos didácticos, duración o soporte) y que concluye con una certificación. El aprendizaje formal es intencional desde la perspectiva del alumno.

**Educación informal:** aprendizaje que se obtiene en las actividades de la vida cotidiana relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio. No está estructurado (en objetivos didácticos, duración ni soporte) y normalmente no conduce a una certificación. El aprendizaje informal puede ser intencional pero, en la mayoría de los casos, no lo es (es fortuito o aleatorio).

**Educación no formal:** aprendizaje que no es ofrecido por un centro de educación o formación y normalmente no conduce a una certificación. No obstante, tiene carácter estructurado (en objetivos didácticos, duración o soporte). El aprendizaje no formal es intencional desde la perspectiva del alumno.

#### Oportunidades de Formación. Dos Instituciones: Educación y Empleo.

Al terminar la Enseñanza Secundaria Obligatoria, se nos abren tres vías o caminos importantes:

- Bachillerato.
- Formación Profesional Específica.
- Enseñanzas Artísticas.

## Formación Profesional Específica (Ciclos Formativos).

¿Qué es la Formación Profesional Específica? (Ciclos Formativos).

Constituye un instrumento tanto para la inserción laboral de los jóvenes, como para la formación permanente de los profesionales de las distintas especialidades.

Características.

- Son un puente de unión entre la escuela y la empresa.
- Tienen una duración variable (entre 1300 y 2000 horas).
- Estructura modular.
- Incluyen formación en centros de trabajo (Prácticas en Empresas).

Estructura/Organización.

La Formación Profesional Específica se estructura en dos niveles:

- Ciclos Formativos de Grado Medio (CFGM). Nivel II.
- Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGS). Nivel III.

Se organiza en torno a Familias Profesionales (Ramas o Especialidades).

- Actividades Agrarias.
- Actividades Físicas y Deportivas.
- Actividades Marítimo-Pesqueras.
- Administración.
- Artes Gráficas.
- Comercio y Marketing.
- Comunicación, Imagen y Sonido.
- Edificación y Obra Civil.
- Electricidad y Electrónica.
- Fabricación Mecánica.

- Hostelería y Turismo.
- Imagen Personal.
- Industrias Alimentarias.
- Informática.
- Madera y Mueble.
- Mantenimiento de vehículos autopr.
- Mantenimiento y Servicios a la producción.
- Química.
- Sanidad.
- Servicios Socioculturales.
- Textil, Confección y Piel.
- Vidrio y Cerámica.
- Artes Aplicadas a la indumentaria.

- Artes Aplicadas al diseño industrial.
- Artes Aplicadas al libro.
- Artes Aplicadas al muro.
- Artes Aplicadas al vidrio artístico.
- Artes Aplicadas de la escultura.
- Artes Aplicadas, esmaltes artísticos.
- Artes Aplicadas joyería de arte.
- Artes Aplicadas textiles artísticos.
- Artes Aplicadas a la cerámica artística.
- Artes Aplicadas al diseño gráfico.

## Ciclos Formativos de Grado Medio (CFGM).

Posibilidades	Acceso	Solicitud
Acceso a: 1. <b>Mundo laboral.</b> 2. <b>Bachillerato</b> relacionado. 3. <b>Ciclo Formativo de Grado Superior</b> de la misma familia mediante una prueba de acceso a los <b>18 años.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>CON TÍTULO DE E.S.O.,</b> equivalente o superior.</li> <li>● <b>SIN TÍTULO:</b> Mediante una prueba de acceso.</li> </ul>	<b>SOLICITUD PARA ENTRAR:</b> Normalmente en junio.  <b>SOLICITUD PARA LA PRUEBA DE ACCESO:</b> Normalmente en mayo.  <b>REALIZACIÓN DE LA PRUEBA DE ACCESO:</b> 5 de junio.
	<b>Prueba de Acceso</b>	<b>MATRÍCULA:</b> Normalmente en julio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>REQUISITO: 17 años</b> cumplidos en el año natural de la prueba.</li> <li>● <b>CONTENIDO:</b> Se estructura en tres partes:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación.</li> <li>- Social.</li> <li>- Científico-Tecnológica.</li> </ul> </li> </ul>	

## Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGGS).

Posibilidades	Acceso	Solicitud
Acceso a: 1. <b>Mundo laboral.</b> 2. <b>Universidad (Grados).</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>CON TÍTULO DE BACHILLERATO,</b> equivalente o superior.</li> <li>● <b>SIN TÍTULO:</b> Mediante una prueba de acceso (20 % de plazas reservadas).</li> </ul>	<b>SOLICITUD PARA ENTRAR:</b> Normalmente en junio.  <b>SOLICITUD PARA LA PRUEBA DE ACCESO:</b> Normalmente en mayo.  <b>REALIZACIÓN DE LA PRUEBA DE ACCESO:</b> Normalmente en junio.
	<b>Prueba de Acceso</b>	<b>MATRÍCULA:</b> Normalmente en julio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>REQUISITO: 18 años</b> cumplidos en el año natural de la prueba y en posesión del título de técnico de CFGM de la misma familia, o con <b>19 años</b> sin titulación.</li> <li>● <b>CONTENIDO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Parte Común: Lengua, Matemáticas y Lengua Extranjera.</li> <li>- Parte Específica: variará en función del ciclo formativo.</li> </ul> </li> </ul>	

## Bachillerato.

### ¿Qué es el Bachillerato?

Es la última etapa de la Educación Secundaria, tiene carácter voluntario y su duración es de dos cursos.

### Finalidades.

- Formación general que favorezca una mayor madurez intelectual y personal, así como una mayor capacidad para adquirir una amplia gama de saberes y habilidades.
- Preparatoria, que asegure la base para estudios posteriores, tanto universitarios como de formación profesional superior.
- Orientadora, que permita a los alumnos/as ir encauzando sus preferencias e intereses.

Posibilidades	Acceso	Solicitud
Acceso a: 1. <b>Mundo laboral.</b> 2. <b>Ciclo Formativo de Grado Superior.</b> 3. <b>Universidad/Enseñanzas de régimen especial.</b>	Podrán acceder aquellos/as alumnos/as que cumplan alguno de estos requisitos: 1. Estar en posesión del título de Graduado en E.S.O., equivalente o superior. 2. Estar en posesión del título de técnico de un CFGM en una especialidad relacionada con la modalidad de Bachillerato que desee cursar.	<b>SOLICITUD PARA ENTRAR:</b> Normalmente en marzo.  <b>MATRÍCULA:</b> Normalmente en julio.

### Modalidades de Bachillerato.

- Bachillerato Científico-Tecnológico.
- Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales.
- Bachillerato de Artes.

### Materias Comunes.

1º Curso	2º Curso
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lengua Castellana y Literatura (3 horas).</li> <li>- Lengua Extranjera (3 horas).</li> <li>- Filosofía y Ciudadanía (3 horas).</li> <li>- Ciencias para el Mundo contemporáneo (3 horas).</li> <li>- E. Física (2 horas).</li> <li>- Religión (1 hora).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lengua Castellana y Literatura (3 horas).</li> <li>- Lengua Extranjera (3 horas).</li> <li>- Historia de la Filosofía (3 horas).</li> <li>- Historia de España (3 horas).</li> <li>- Religión (1 hora).</li> </ul>

## Enseñanzas Artísticas.

### ¿Qué son las Enseñanzas Artísticas?

Las Enseñanzas Artísticas son el conjunto de enseñanzas del sistema educativo que tienen como finalidad proporcionar una formación artística de calidad y garantizar la cualificación de los futuros profesionales de la música, de la danza y de las artes plásticas, el diseño y la conservación de bienes culturales.

### Tipos.

- **Las enseñanzas elementales** de música y de danza.
- **Las enseñanzas artísticas profesionales.** Tienen esta condición las enseñanzas profesionales de música y danza, así como los grados medio y superior de artes plásticas y diseño.
- **Las enseñanzas artísticas superiores.** Tienen esta condición los estudios superiores de música y de danza, las enseñanzas de arte dramático, las enseñanzas de conservación y restauración de bienes culturales, los estudios superiores de diseño y los estudios superiores de artes plásticas, entre los que se incluyen los estudios superiores de cerámica y los estudios superiores del vidrio.

## La Formación Profesional para el Empleo.

### ¿Qué es la Formación Profesional para el Empleo?

La Formación Profesional para el Empleo es un conjunto de acciones que tienen como objeto impulsar y extender entre las empresas y los trabajadores ocupados y desempleados una formación que responda a sus necesidades, favoreciendo el aprendizaje permanente en un mercado de trabajo basado en el conocimiento.

Este nuevo subsistema integra tanto la Formación Profesional Ocupacional como la Formación Continua, contribuyendo a la mejora de la competitividad y de la productividad de las empresas, a la vez que mejora la empleabilidad de los trabajadores, especialmente de aquellos colectivos que tienen mayores dificultades de acceso al mercado laboral o de mantenimiento en él.

### Ofertas de Formación.

- Formación para trabajadores desempleados.
- Formación para trabajadores ocupados.
- Formación a distancia (en la que pueden participar ambos colectivos: desempleados y ocupados).

Se organiza en torno a Familias Profesionales (Ramas o Especialidades).

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Actividades Agrarias.</li> <li>● Actividades Físicas y Deportivas.</li> <li>● Actividades Marítimo-Pesqueras.</li> <li>● Administración.</li> <li>● Artes Gráficas.</li> <li>● Comercio y Marketing.</li> <li>● Comunicación, Imagen y Sonido.</li> <li>● Edificación y Obra Civil.</li> <li>● Electricidad y Electrónica.</li> <li>● Fabricación Mecánica.</li> <li>● Hostelería y Turismo.</li> <li>● Imagen Personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Industrias Alimentarias.</li> <li>● Informática.</li> <li>● Madera y Mueble.</li> <li>● Mantenimiento de vehículos autopr.</li> <li>● Mantenimiento y Servicios a la producción.</li> <li>● Química.</li> <li>● Sanidad.</li> <li>● Servicios Socioculturales.</li> <li>● Textil, Confección y Piel.</li> <li>● Vidrio y Cerámica.</li> <li>● Artes Aplicadas a la indumentaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Artes Aplicadas a la cerámica artística.</li> <li>● Artes Aplicadas al diseño gráfico.</li> <li>● Artes Aplicadas al diseño industrial.</li> <li>● Artes Aplicadas al libro.</li> <li>● Artes Aplicadas al muro.</li> <li>● Artes Aplicadas al vidrio artístico.</li> <li>● Artes Aplicadas de la escultura.</li> <li>● Artes Aplicadas esmaltes artísticos.</li> <li>● Artes Aplicadas joyería de arte.</li> <li>● Artes Aplicadas textiles artísticos.</li> </ul>
--	--	--

Acceso a cursos de FPE.

Nivel de Cualificación	Requisitos de Acceso
Nivel I	No se exige requisito académico ni profesional alguno.
Nivel II	<p>Será al menos uno de los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Estar en posesión del título de Bachiller.</li> <li>b) Estar en posesión del certificado de profesionalidad del mismo nivel que el módulo o módulos formativos y/o certificado de profesionalidad al que se desea acceder.</li> <li>c) Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional.</li> <li>d) Cumplir el requisito académico establecido de acceso al Ciclo Formativo de Grado Superior: segundo de Bachillerato de cualquier modalidad de Bachillerato Experimental, Título de Técnico Superior o Técnico Especialista, Curso de Orientación Universitaria (COU) o Preuniversitario, Titulación Universitaria o equivalente; o bien haber superado las correspondientes pruebas de acceso reguladas por la administración educativa.</li> <li>e) Tener superada la prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 25 años y/o 45 años.</li> <li>f) Tener los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.</li> </ul>

## Programas de Escuela Taller y Casas de Oficio.

### Definición.

El Programa de Escuelas Taller y Casas de Oficio tiene por objeto el desarrollo de proyectos de carácter temporal destinados a personas jóvenes desempleadas mayores de dieciséis años y menores de veinticinco años, en los que el aprendizaje y la cualificación se alternan con un trabajo productivo.

### Etapas y Características.

**1ª Etapa:** Se trata de una primera etapa formativa de iniciación en la que el alumnado trabajador recibirá formación profesional ocupacional adecuada a la ocupación a desempeñar. Durante esta etapa, el alumnado trabajador tendrá derecho a percibir una beca.

**2ª Etapa:** Una segunda etapa de formación en alternancia con el trabajo y la práctica profesional, en la que los alumnos y alumnas trabajadores complementarán su formación y serán contratados por las entidades promotoras.

Las entidades promotoras formalizarán la contratación de los alumnos y alumnas trabajadores utilizando como modalidad contractual preferente el contrato para la formación.

Durante esta etapa los alumnos y alumnas trabajadores percibirán retribuciones salariales.

## Talleres de Empleo.

### Definición.

El Programa de Talleres de Empleo tiene por objeto el desarrollo de proyectos de carácter temporal destinado a personas desempleadas de más de veinticinco años, en los que el aprendizaje y la cualificación se alternan con el trabajo productivo.

### Etapas y Características.

En los proyectos de Talleres de Empleo el alumnado trabajador recibirá formación profesional ocupacional adecuada a la ocupación a desempeñar en alternancia con el trabajo y la práctica profesional y serán contratados por las entidades promotoras.

Las entidades promotoras formalizarán la contratación de los alumnos y alumnas trabajadores utilizando como modalidad contractual preferente el contrato para la formación.

Durante todo el proyecto los alumnos y alumnas trabajadores percibirán retribuciones salariales.



## Actividad 1. Soñar despierto.

### OBJETIVO

Conocer las expectativas de futuro que tenemos sobre nosotros/as mismos/as, identificando y reflexionando sobre los estereotipos que están influyendo en nuestros intereses y valores.

### CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO

Ámbito productivo o público, ámbito reproductivo o doméstico, autoimagen, autopercepción, corresponsabilidad.

### DESARROLLO

1. El/la profesor/a deberá inducir a los/as alumnos/as a soñar sobre su futuro durante los primeros 10 minutos de la sesión. Para ello podrá ir dando las siguientes indicaciones:
 

*“Sentados relajadamente en vuestras sillas, soltad aquello que tengáis entre las manos e imaginad que nos dormimos y estamos soñando que tenemos 18 años. A continuación, debéis ir visualizando las repuestas a las siguientes preguntas: ¿Qué imágenes te vienen a la mente? ¿En qué lugar estás? ¿Con quién convives? ¿Vives con tu familia? ¿Solo/a?...*

*¿Recordad que estamos soñando y sobre todo que es vuestro sueño y sois quienes decidís y mandáis! Coged aire profundamente y soltadlo muy lentamente. ¿A qué te dedicas? ¿Estudias? ¿Trabajas? ¿En qué especialidad? Tu tiempo libre te gusta dedicarlo a... deporte, lectura, cine, salir, estar con la familia, etc.*

*¿Qué es lo que más te gusta de esa edad? ¿Y lo que menos te gusta? ¿Qué te da miedo? ¿Con qué te diviertes? ¿Y con qué te aburres?...”*
2. Posteriormente, el/la profesor/a pedirá al alumnado que por parejas ponga en común sus respectivos sueños y establezca el posible itinerario formativo y/o profesional que deberá seguir para alcanzarlo. Para ello, dispondrá de 15 minutos aproximadamente.
3. Todo el grupo comentará los itinerarios seleccionados para las diferentes situaciones imaginadas, identificando intereses y valores que subyacen a esos sueños, así como los estereotipos que puedan estar influyendo en la autoimagen y la autopercepción de los/as alumnos/as.
4. El/la profesor/a ayudará al grupo a extraer unas conclusiones generales durante los últimos minutos de la sesión, de manera muy breve, sobre: la autoimagen proyectada en sus sueños, las consecuencias que tendrán los diferentes itinerarios establecidos, si existen itinerarios que rompen con los estereotipos establecidos socialmente...

### OBSERVACIONES

Es importante fomentar la activación y responsabilidad personales en la proyección de nuestro futuro. También tener en cuenta que la autopercepción debe realizarse desde una posición libre de sesgos de género y partiendo de nuestros propios intereses.

## Actividad 2. Me gustaría ser...

### OBJETIVO

- Reflexionar sobre las expectativas y el proyecto de futuro de vida que tenemos.
- Analizar aquellos factores que pueden influir en las decisiones de futuro que tomemos.

### CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO

Proyecto de vida, toma de decisiones, autoconcepto, expectativas.

### DESARROLLO

1. El alumnado reflexiona por escrito durante 10 minutos: cómo se imaginan sí en un futuro, cómo sí imaginan sus familias y por último, cómo cree sí que serán en realidad.
2. Posteriormente todo el grupo analizará las respuestas. Se reflexionará sobre las diferencias que hay entre las expectativas que tienen de nosotros las personas de nuestro entorno y nuestras propias expectativas.
3. El profesor deberá ayudar al alumnado a tener unas expectativas reales sobre sí mismo, identificando y fomentando un análisis crítico de los estereotipos vigentes. Para ello se pueden plantear algunas de las siguientes preguntas al alumnado:
  - ¿Existen diferencias entre lo que yo espero de mi futuro y lo que espera mi familia, amigos...?
  - ¿Mis expectativas se ajustan a la realidad de mi situación?
  - ¿Son realistas las expectativas que tienen mi familia, amigos... sobre mí?
  - ¿Qué cosas tengo que tener en cuenta para alcanzar mis expectativas? Obstáculos y ayudas que voy a encontrar por el camino.
4. Al finalizar podrán recoger las conclusiones del grupo respecto a las expectativas iniciales, estereotipos identificados y propuestas que hayan surgido para cambiar dichas expectativas, en caso de que se hayan dado.

### OBSERVACIONES

El tema de las expectativas es muy importante. Nos podemos encontrar con alumnos con baja autoestima y que tengan pocas expectativas, familias con pocas expectativas acerca de su hijo/a, o incluso familias con expectativas muy altas.

## Nuevos yacimientos de empleo. Una oportunidad para el empleo.

Los nuevos yacimientos de empleo (NYE), también denominados filones de ocupación, son el término utilizado por el *Libro Blanco de Delors* para describir aquellas actividades laborales que satisfacen las nuevas necesidades sociales. Estas actividades son muy heterogéneas, pero obligatoriamente deben tener en común cuatro características:

- Cubren necesidades sociales insatisfechas.
- Se configuran en mercados incompletos.
- Tienen un ámbito de producción o prestación localmente definido.
- Tienen un alto potencial en la generación de puestos de trabajo.

Estos Nuevos Yacimientos de Empleo señalan los sectores con mayor capacidad para generar empleo.

### 1. Servicios de la vida cotidiana.

En el ámbito de la vida diaria de la familia y el hogar hay actualmente altos niveles de autoaprovisionamiento de actividades como son la atención a personas dependientes (mayores o con alguna disminución), la limpieza y el cuidado del hogar y de la ropa, la compra diaria, las reparaciones del hogar, el traslado de los hijos a la escuela, su vigilancia y atención durante los mediodías o durante la jornada laboral si son muy pequeños. Estas actividades que “naturalmente” las desarrollaba algún miembro de la familia extensa -normalmente de sexo femenino-, están siendo traspasadas a “proveedores” externos por los cambios en el papel de la mujer en la familia y el trabajo y la modificación de la familia tradicional. Actualmente, hay una alta demanda insatisfecha de puestos de trabajo relacionados con la vida cotidiana de las familias y un destacado nivel de insatisfacción sobre cómo se resuelven en el presente.

Otros servicios de la vida cotidiana que van a hacer aparecer nuevas ocupaciones son la ayuda a jóvenes con dificultades en la educación o por su riesgo de exclusión social y todos los servicios de mediación y asesoría en la resolución de conflictos familiares, escolares, laborales, con la justicia o la administración.

### 2. Servicios de mejora de la calidad de vida.

Si analizamos las principales demandas y valoraciones de lo que se ha denominado servicios de mejora de la calidad de vida, la proporción de familias que expresan la existencia de un déficit o insatisfacción acerca de su situación es igualmente importante. Son actividades ocupacionales de las que difícilmente pueden autoproverseer los particulares y, por lo tanto, deben ser proveídas por empresas y administraciones. Muchas personas expresan la necesidad de reformar su vivienda, gestionar eficazmente el ahorro energético y mantenerla y ampliar los sistemas de seguridad del inmueble, perciben déficits en la seguridad ciudadana en espacios públicos y en transporte colectivo, en el transporte intramunicipal e intermunicipal, en la información sobre movilidad, en la mejora de los espacios públicos y la convivencia en los barrios y pueblos.

### 3. Servicios de ocio.

Por lo que respecta a las necesidades vinculadas con el tiempo libre de las personas podemos hablar ya de realidades y no de futuribles. A pesar de ello, la ocupación en este sector tiene una potencialidad clarísima. Más de un 50% de la población realiza estancias turísticas de corta duración, participa en fiestas populares, asiste a conciertos musicales o practica un deporte en una instalación con profesionales, pero se percibe que este porcentaje puede subir muy fácilmente en la próxima década. El turismo rural, cultural, de aventura o especializado por temáticas o sectores es ya la primera industria nacional. El patrimonio cultural popular o de élite se va a revalorizar como elemento turístico y de difusión de la cultura, lo que va a desarrollar las tareas de restauración y la creación de nuevos centros artísticos y de nueva oferta cultural-folclórica con sus consecuencias ocupacionales. El deporte, finalmente, requiere, cada vez más sus gestores, sus educadores y sus profesionales.

### 4. Servicios medioambientales.

En último lugar, le importante aumento de la preocupación social por el estado ambiental del entorno inmediato conlleva la necesidad de optimizar la gestión privada y pública de los residuos, del agua, del aire y de invertir en la minimización y el control de la contaminación atmosférica y acústica. Las empresas, las administraciones y los particulares van a invertir en estas cuestiones.

La población, además, reclama la ampliación y mejora de los espacios naturales y del acceso a ellos, su disfrute y su conocimiento.

## **Nuevas profesiones.**

El mercado laboral cambia a lo largo del tiempo; las profesiones evolucionan debido a la propia evolución de la tecnología. De esta forma, nuevas profesiones que ahora mismo están en sectores emergentes irán, de forma paulatina, generando empleos hasta que se cubran los puestos necesarios para satisfacer la demanda del sistema productivo.

Las profesiones que ahora mismo conocemos evolucionan, unas desaparecen y otras se consolidan como profesiones estables y de futuro. Saber adaptarse a los tiempos es fundamental, ya que los cambios se producen muy rápidamente en esta sociedad actual.

En el CD encontrarás un anexo con las nuevas profesiones que actualmente constituyen una oportunidad de empleo.

**Actividad 3: Reflexiona sobre las empresas que conoces.**

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

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

Explica al resto de la clase en qué consiste tu idea de negocio y deja que opinen tus compañeros/as sobre las ventajas e inconvenientes que ven en tu empresa.

¿A cuál de los 4 grupos de yacimientos de empleo pertenece tu empresa ideal?

### Actividad 4. Conocer una profesión de cerca.

OBJETIVO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acercar al alumno profesiones que puedan ser de su interés.</li> <li>- Despertar en el alumno inquietudes acerca de las profesiones que le atraen para que se establezca metas laborales en su vida.</li> </ul>
CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO
Yacimientos de empleo.
DESARROLLO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Debes buscar una profesión y un técnico o profesional que te llame la atención y realizar y grabar en video, una entrevista sobre sus funciones y tareas: cómo accedió a dicho puesto de trabajo, que dificultades tiene, qué es lo que más le gusta...</li> <li>2. Una vez grabada y maquetada debes presentarla al grupo clase, realizando una breve conclusión sobre dicha actividad.</li> <li>3. Elaborar una redacción con el tema ¿en qué me gustaría trabajar?</li> </ol>
OBSERVACIONES
<p>Se puede hacer una página con las distintas profesiones que se hayan trabajado, con los intereses y motivaciones que puede despertar cada una de ellas.</p> <p>Además, se puede realizar una encuesta sobre el conocimiento que se tiene de estas profesiones.</p>

### Análisis de Contexto.

El primer paso en la planificación, antes de fijar los objetivos y diseñar las estrategias adecuadas, es realizar un análisis estratégico. Para ello, la empresa debe conocer el entorno y detectar así las amenazas y oportunidades del mismo. Además, tiene que identificar sus debilidades y fortalezas. El análisis estratégico se divide en: análisis externo e interno.

### El análisis externo.

La empresa es totalmente dependiente de su entorno y su éxito depende en gran medida de cómo se relacione con él, ya que de él toma los recursos que necesita (trabajadores, materias primas, energía...) y entrega aquellos que produce (bienes y servicios, tecnología...). A la hora de tomar decisiones, la empresa deberá tener en cuenta tanto el comportamiento de los agentes que operan en su entorno como el efecto que sus decisiones internas tendrán en su relación con el

exterior. Por ejemplo, deberá considerar siempre la competencia existente con otras empresas, los gustos de sus clientes, las regulaciones del sector público, etc. De este modo, la empresa actúa sobre el entorno y éste sobre ella, condicionando sus decisiones. Se establece un proceso de adaptación continuo entre ambos. El análisis externo se ocupa de estudiar el entorno de la empresa.

Podemos definir, por lo tanto, el entorno como el conjunto de factores externos que condicionan las decisiones de la empresa, sobre los que puede influir pero no controlar. Distinguimos entre el entorno general y el entorno específico.

### El Entorno específico

El entorno específico de la empresa está formado por un conjunto de factores que afectan a ésta de forma directa en función del sector en el que actúe. La empresa debe observar atentamente la evolución de su sector para así conocer los cambios que se están produciendo en las fuerzas competitivas del mismo, puesto que de la competencia en el sector van a depender los beneficios de la empresa y su rentabilidad. M. Porter establece las siguientes cinco fuerzas competitivas que determinan el grado de rivalidad entre las empresas del sector: 1) Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales; 2) Amenaza de entrada de nuevos competidores; 3) Amenaza de productos sustitutivos; 4) Poder negociador de los proveedores; 5) Poder negociador de los clientes.

#### **1. Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales.**

El grado de rivalidad establecido entre las empresas depende de los siguientes factores:

- El número de competidores en el sector. Cuantas más empresas haya en el sector, el grado de competencia será mayor.
- Las posibilidades de crecimiento del sector. La rivalidad entre competidores será mayor a medida que el sector vea disminuir su tasa de crecimiento, puesto que unas empresas solo podrán crecer a costa de la cuota de mercado de las otras.
- La diferenciación del producto. A menor diferenciación de productos, mayor competencia, puesto que los compradores cambiarán de vendedor sin notar diferencias en el producto.
- El exceso de capacidad productiva. Si existe un exceso de capacidad productiva en el sector, la oferta será mayor que la demanda y la rivalidad será mayor entre las empresas.

<p><b>2. Amenaza de entrada de nuevos competidores (competencia potencial).</b></p>	<p>Si en un sector entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una bajada en sus beneficios ya que, por un lado, obligará a bajar los precios, y por otro, producirá un aumento de los costes de producción.</p> <p>A continuación señalamos algunos de los mecanismos que dificultan la entrada de nuevas empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La necesidad de grandes inversiones para instalarse (como la industria del automóvil).</li> <li>-Diferenciación de productos, porque las empresas que ya están establecidas tienen ventaja.</li> <li>-La dificultad de acceso a los canales de distribución.</li> <li>-Los requisitos exigidos por la Administración para la puesta en marcha de las empresas.</li> </ul>
<p><b>3. Amenaza de productos sustitutivos.</b></p>	<p>La entrada de productos sustitutivos en el mercado hará que los precios bajen para hacer frente a la competencia y por lo tanto disminuyan también los beneficios del sector.</p>
<p><b>4. Poder de negociación de los proveedores.</b></p>	<p>Los proveedores pueden aumentar su poder de negociación sobre las empresas de un sector amenazado con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios. El poder de negociación que tengan los proveedores dependerá de los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El grado de concentración del sector de los proveedores. Cuantos menos proveedores existan, su capacidad de negociación será mayor.</li> <li>-Que no existan productos sustitutivos para la venta en su sector, es decir, que el cliente solo pueda comprar ese producto y no otro.</li> <li>-Que la empresa no sea un cliente importante del proveedor. Cuanto menor sea el cliente, menos capacidad de negociación tendrá frente al proveedor.</li> </ul>
<p><b>5. Poder negociador de los clientes.</b></p>	<p>Los compradores pueden forzar la competencia entre las empresas del sector exigiendo reducciones en los precios, mejoras en la calidad o mayores servicios por parte de los vendedores. Su poder negociador depende de los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El grado de concentración de los compradores y el volumen de sus compras en relación con las ventas totales del proveedor. Si hay pocos clientes y compran gran parte de la producción, su poder será mayor.</li> <li>-La diferenciación de los productos. A menor diferenciación, mayor será la presión que podrá ejercer el cliente al vendedor ante la amenaza de acudir a otro vendedor.</li> </ul>



## El Análisis Interno.

Además de conocer el entorno de la empresa, hay que analizar las propias debilidades y fortalezas. Para ello, es necesario identificar los recursos y capacidades que permitirán detectar dónde se encuentran las ventajas competitivas de la empresa con respecto al de los competidores.

Entre los recursos que se pueden definir como inputs del proceso productivo o factores disponibles de la empresa, que son de su propiedad o que recaen bajo su control, podemos distinguir distintos tipos.

### Los recursos tangibles.

Los recursos tangibles son fáciles de identificar. En ellos se encuadran los activos físicos de la empresa (edificios, maquinarias, mobiliario, existencias, herramientas, etc.) y sus recursos financieros (derechos de cobro, posibilidad de endeudamiento, etc.). Estos recursos aparecen en el balance de la empresa. La mayoría de estas partidas aparecen recogidas en los documentos contables de la empresa. Con relación a estos recursos hay que considerar dos aspectos esenciales:

- En primer lugar, la empresa debe analizar si existe alguna posibilidad que le permita utilizar de una forma más económica estos recursos, por ejemplo, la utilización más eficiente de una maquinaria.
- En segundo lugar, se debe estudiar si es posible que éstos sean más rentables para la empresa; por ejemplo, dentro de esta posibilidad se encontraría el alquiler de parte de un edificio comercial o cualquier cadena de franquicias.

### Los recursos intangibles.

El paso del tiempo hace que los recursos tangibles pierdan su valor como fuente de una ventaja competitiva, ya que son fácilmente identificables e imitados por la competencia. Por ello, cobran cada vez mayor fuerza los denominados intangibles. Podemos citar los siguientes:

- **Reputación:** ligada a la marca o la imagen de la empresa, por ejemplo, ¿en cuánto podría ser valorada la imagen de McDonald's?
- **Tecnología:** en referencia a la capacidad para innovar de la empresa; por ejemplo, este aspecto es sumamente relevante en aquellas empresas denominadas "punto.com".
- **Otros recursos intangibles:** entre lo que podemos destacar la habilidad para mantener una relación estable y duradera con los clientes. Hoy en día, estos recursos son sumamente valiosos para las empresas, ya que impiden la fuga de clientes hacia empresas competidoras.

### Los recursos humanos.

Los recursos humanos de la empresa se recogen bajo la terminología de capital humano y hace referencia, no tanto a las propias personas, sino a su habilidad, destreza, experiencia y conocimientos.

La identificación y valoración de estos recursos es una tarea sumamente compleja. Para ello, en primer lugar, se debe tener en cuenta la aportación de cada uno de los individuos al rendimiento de la empresa en función de los resultados de su trabajo. En segundo lugar, cada vez es más valorada la habilidad y capacidad de las personas para trabajar en equipo y no de forma aislada. En cualquier caso, la importancia de este recurso queda puesto de manifiesto por las empresas dedicadas a los cazatalentos, cuyo objetivo es encontrar este tipo de individuos, que son sumamente valorados para la gestión empresarial.

Por capacidad se entiende la habilidad de los recursos de la empresa para poder desarrollar una determinada tarea, esto es, una combinación dinámica de recursos y de conductas que permitan obtener una adecuada coordinación de éstos y, con ello, la realización eficaz de una determinada actividad. Por ejemplo, para que un cliente llegue a contratar un viaje de placer, es necesario que en su agencia se combinen una serie de recursos (humanos, materiales y tecnológicos) que, siguiendo un procedimiento adecuado (búsqueda de información sobre precios, alojamientos disponibles, pasajes, realización de reservas), concluyan en la entrega, en tiempo y forma, de los billetes y bonos de alojamiento necesarios para que el cliente pueda disfrutar de sus vacaciones.

### Investigación de Mercado.

Si el objetivo es hacernos un hueco en el mercado lo primero es averiguar quiénes son los clientes que integran ese mercado. Es tentador afirmar que todas las personas son clientes potenciales pero lo cierto es que, en la práctica, unos lo son más que otros.

### Estudio de Mercado.

El cliente es el factor más importante del entorno empresarial pero no es el único. Para analizar tanto al cliente como las variables que influyen en el funcionamiento de la empresa, lo normal es acudir al estudio de mercado. Esas otras variables pueden ser:

#### Variables del Estudio de Mercado.

<b>La Demanda</b>	Hay que determinar si el número de compradores habituales o potenciales está en un momento de crecimiento, estabilización o declive.
<b>Los Competidores</b>	Si estudiar bien al rival es una máxima de cualquier competición deportiva, en el ámbito empresarial es una ley de supervivencia, todo ello sin contar con que en cualquier momento pueden aparecer nuevos jugadores (empresas). Lo fundamental es saber quiénes son, qué ofrecen y cómo lo ofrecen, con objeto de identificar sus puntos fuertes y débiles en lo que respecta al precio, métodos de publicidad, tecnología, emplazamiento, proveedores...

<b>Los Proveedores</b>	Habrá que analizar quiénes son los que nos sirven los productos que necesitamos para nuestra empresa, las condiciones que ofrecen, su poder de negociación... Ciertos proveedores no sirven su producto si no es al contado o previo depósito de una fianza. Por otra parte, si solo trabajamos con un proveedor podemos depender demasiado de él.
<b>Las Estrategias</b>	También las estrategias de comercialización son objeto de estudio: precios, calidad, nuevos productos, presentación innovadora... Son muchos los factores que estudiar pero siempre en relación con la competencia.

### **Análisis DAFO.**

Para analizar y diagnosticar el entorno es frecuente recurrir al DAFO (acrónimo de las palabras: debilidad, amenazas, fortalezas y oportunidades), una forma de análisis que identifica cuatro aspectos esenciales de la empresa en relación con su entorno.

Análisis DAFO	
<b>Debilidades</b>	Aspectos del proyecto empresarial donde la competencia es superior (por ejemplo, el punto débil de cualquier empresa que empieza su andadura en el mercado suele ser la escasez de recursos monetarios).
<b>Amenazas</b>	Impedimentos y dificultades del entorno (por ejemplo, una de las mayores amenazas a las que se enfrenta un emprendedor con éxito es atraer la atención de competidores más fuertes que podrían desatar guerras en las cuales las pequeñas empresas llevan las de perder).
<b>Fortalezas</b>	Aspectos del proyecto empresarial donde se supera a la competencia (por ejemplo, la posesión de un conocimiento técnico que no podrá ser imitado fácilmente por estar protegido mediante una patente, o por tratarse de una forma de trabajo propia de la empresa).
<b>Oportunidades</b>	Normalmente nacen de la detección de una potencialidad económica en el mercado (por ejemplo, la apertura de nuevos mercados o la posibilidad de explotar un mercado con muchas perspectivas o con poca competencia).

## Actividad 5. El estudio de mercado.

<b>OBJETIVO</b>
Conocer las empresas del entorno.
<b>CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO</b>
Realizar un análisis de contexto y de mercado.
<b>DESARROLLO</b>
<p>Realizar un estudio de mercado, analizando las variables que pueden intervenir en dos ejemplos de empresas de nueva creación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción, distribución y venta de aceite de oliva.</li> <li>• Tienda de música.</li> </ul>
<b>OBSERVACIONES</b>
Las empresas para realizar el estudio de mercado pueden cambiarse, dependiendo de la provincia, de la población y de los intereses del alumnado.

A continuación, presentamos unas fichas que estarán disponibles en el CD para fotocopiarlas y que incluyen los apartados que tenemos que trabajar.

Empresa 1: Producción, Distribución y Venta de Aceite de Oliva	
<b>La Demanda</b>	
<b>Los Competidores</b>	
<b>Los Proveedores</b>	
<b>Las Estrategias</b>	

Empresa 2: Tienda de Instrumentos de Música	
<b>La Demanda</b>	
<b>Los Competidores</b>	
<b>Los Proveedores</b>	
<b>Las Estrategias</b>	

### Actividad 6. Mapa de empresas de tu localidad.

OBJETIVO
Conocer las distintas empresas que operan en el entorno.
CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO
Búsqueda de información.
DESARROLLO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizarán varios grupos de alumnos y cada uno de los grupos se encargará de un área de la localidad. Esta división debe realizarla el profesor o profesora.</li> <li>2. Cada grupo investigará el tipo de empresa que esté ubicada en esa zona o área asignada.</li> <li>3. Se realizará una puesta en común, elaborando un mapa con la actividad empresarial de la zona.</li> </ol>
OBSERVACIONES
Con esta actividad pretendemos que los alumnos conozcan las distintas empresas que operan en su localidad, de manera que tengan una referencia de las posibilidades iniciales de trabajar en su localidad.

### 4.4.3.- Bloque III: Mercado Laboral y Economía Financiera.

#### Itinerarios formativos, metas, aspiraciones.

Las metas e itinerarios formativos que podamos tener se corresponderán, sin duda, con uno de los siguientes niveles de competencia establecidos por el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, CNCP.

- **Nivel 1.** Competencia en un conjunto reducido de actividades de trabajo relativamente simples correspondientes a procesos normalizados, siendo los conocimientos teóricos y las capacidades prácticas a aplicar limitados.
- **Nivel 2.** Competencia en un conjunto de actividades profesionales bien determinadas con la capacidad de utilizar los instrumentos y técnicas propias, que concierne principalmente a un trabajo de ejecución que puede ser autónomo en el límite de dichas técnicas. Requiere conocimientos de los fundamentos técnicos y científicos de su actividad y capacidades de comprensión y aplicación del proceso.
- **Nivel 3.** Competencia en un conjunto de actividades profesionales que requieren el dominio de diversas técnicas y que pueden ser ejecutadas de forma autónoma; comporta responsabilidad de coordinación y supervisión de trabajo técnico y especializado. Exige la comprensión de los fundamentos técnicos y científicos de las actividades y la evaluación de los factores del proceso y de sus repercusiones económicas.
- **Nivel 4.** Competencia en un amplio conjunto de actividades profesionales complejas realizadas en una gran variedad de contextos que requieren conjugar variables de tipo técnico, científico, económico u organizativo para planificar acciones, definir o desarrollar proyectos, procesos, productos o servicios.
- **Nivel 5.** Competencia en un amplio conjunto de actividades profesionales de gran complejidad en diversos contextos, a menudo impredecibles, que implica planificar acciones o idear productos, procesos o servicios. Gran autonomía personal. Responsabilidad frecuente en la asignación de recursos, en el análisis, diagnóstico, diseño, planificación, ejecución y evaluación.

#### Actividad 1. ¿Qué nivel de competencia me gustaría tener?

OBJETIVO
<p>Reflexionar sobre el grado de independencia que queremos en un futuro. -Utilizar la “tormenta de ideas” como método para la elaboración de propuestas.</p>
CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO
<p>- Definición de metas, de aspiraciones, etc...</p>

## DESARROLLO

1. En grupo, se elaborará una lista de los pros y los contras de cada uno de los niveles de competencia.
2. Puesta en común de todas y cada una de las razones, hasta elaborar una lista adecuada a cada nivel de competencia.
3. Se realizará una puesta en común elaborando un mapa con la actividad empresarial de la zona.

## OBSERVACIONES

Durante las actividades del bloque II hemos analizado las distintas salidas profesionales, por lo que el alumnado debería tener más o menos claro la familia profesional a la que quisiera dirigir sus pasos; ahora bien, con esta actividad se pretende que reflexione sobre la competencia que quiere desarrollar dentro de esa familia profesional.

La siguiente ficha estará disponible en el CD para fotocopiarla.

Nivel de competencia	A favor	En contra
Nivel 1		
Nivel 2		
Nivel 3		
Nivel 4		
Nivel 5		

### El currículum.

El currículum es una herramienta fundamental en la búsqueda de empleo. La confección de un currículum claro, que sea atractivo a la vista y que resalte los aspectos más importantes del puesto de trabajo al que está dirigido, es imprescindible para conseguir una futura entrevista personal.

Teniendo en cuenta que el empleador no suele dedicar más de un minuto en una primera selección de los currículos, es necesario pues, tener los conocimientos y la habilidad para cumplimentar un currículum en unas condiciones que le permitan pasar ese primer corte.

El formato es importante porque nos ayuda a dejar nuestros puntos débiles en un segundo plano.

- Básico o genérico. Este currículum debe ser sencillo y corto, nunca debe tener una extensión superior al folio. Su redacción no incluye narraciones de ningún tipo, suele ser utilizado cuando no se tiene experiencia profesional. Recién titulados y jóvenes suelen utilizar este tipo de currículum.
- Funcional. En este currículum se narra tanto la experiencia como la formación académica, con lo que la redacción es más laboriosa. Los datos son agrupados por secciones profesionales o de actividad. Dentro de estas secciones podremos especificar las experiencias concretas en el tipo de orden cronológico que decidamos. Es recomendable utilizarlo cuando se tiene una experiencia profesional muy diversa, ya que te permite hacer hincapié en aquellas experiencias profesionales que más se quieran resaltar, con lo que los periodos de inactividad quedan “camuflados” en el currículum. Este currículum no es sencillo de redactar si no se tiene seguridad en la redacción.
- Cronológico. En este tipo se detallan de forma cronológica las experiencias profesionales y formativas. Al realizarse por fechas, los tiempos de inactividad quedan claramente marcados, por lo que no se recomienda este tipo de currículum si no se puede justificar el periodo de inactividad. La experiencia profesional se suele ordenar colocando en primer lugar la actividad más reciente. Es el más utilizado.

Independientemente del tipo de currículum de que se trate, todos deben tener los mismos apartados:

- Datos personales, donde se indicarán los datos de contacto, domicilio, estado civil y todos aquellos datos personales que se consideren oportunos, como puede ser la posesión del carnet de conducir. Se recomienda no incluir datos personales que puedan ser susceptibles de exclusión. El estado civil e incluso el domicilio, pueden ser factores que excluyan a un posible candidato.
- Formación académica, que es muy importante, sobre todo cuando se carece de experiencia profesional. En ella hay que hacer un apartado específico para idiomas, indicando el nivel que se tiene, tanto hablado como escrito, y otro apartado para los conocimientos de informática, donde se indique el conocimiento en procesadores de texto, programas de diseño gráfico, u otros programas que puedan ser de utilidad para el puesto de trabajo requerido o para el tipo de empresa a la que se dirige el currículum.
- Experiencia laboral, que dependiendo del tipo de currículum que se utilice, se redactará de forma distinta.

El formato que se utiliza para presentar estos datos también hace que unos currículos sean distintos a otros. Uno de estos formatos es el llamado Currículum Europeo, cuya plantilla se presenta a continuación.





## Curriculum Vitae Europass

### Información personal

Apellido(s) / Nombre(s)

Dirección (direcciones)

Teléfono(s)

Fax(es)

Correo(s) electrónico(s)

Nacionalidad

Fecha de nacimiento

Sexo

### Empleo deseado / familia profesional

### Experiencia laboral

Fechas

Profesión o cargo desempeñado

Funciones y responsabilidades  
principales

Nombre y dirección de la empresa o  
empleador

Tipo de empresa o sector

### Educación y formación

Fechas

Cualificación obtenida

Principales materias o capacidades  
profesionales estudiadas

Nombre y tipo del centro de estudios

Nivel conforme a una clasificación  
nacional o internacional

### Capacidades y competencias personales

Idioma(s) materno(s)

Otro(s) idioma(s)

Autoevaluación

*Nivel europeo (\*)*

**Idioma**

**Idioma**

Adjunte una fotografía. Suprimir cuando no proceda.

**Apellido(s) Nombre(s).** Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Móvil: Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

Describa por separado cada empleo relevante que haya desempeñado, comenzando por el más reciente. Suprimir cuando no proceda.

Describa por separado cada curso realizado, comenzando por el más reciente. Suprimir cuando no proceda.

Suprimir cuando no proceda.

**Indique su lengua materna (si tiene más de una lengua materna, indique cada una - ver instrucciones)**

Comprensión		Habla		Escritura	
Comprensión auditiva	Lectura	Interacción oral	Capacidad oral		

(\*) *Nivel del Marco Europeo Común de Referencia (MECR)*

Capacidades y competencias sociales	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Capacidades y competencias organizativas	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Capacidades y competencias técnicas	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Capacidades y competencias informáticas	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Capacidades y competencias artísticas	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Otras capacidades y competencias	Describa dichas competencias e indique en qué contexto se han desarrollado. Suprimir cuando no proceda.
Permiso(s) de conducción	Indique si posee un permiso de conducción y, en caso afirmativo, para qué tipo de vehículos. Suprimir cuando no proceda.
<b>Otras informaciones</b>	Indique en este apartado cualquier otra información que pueda tener relevancia, por ejemplo personas de contacto, referencias, etc. Suprimir cuando no proceda.
<b>Anexos</b>	Enumere todos los anexos que haya decidido adjuntar. Suprimir cuando no proceda.

### La entrevista personal.

Una entrevista de trabajo tiene distintos objetivos según el punto de vista, empresa y trabajador.



Desde el punto de vista de la empresa, una entrevista de trabajo tiene como objetivos:

- Contrastar la información contenida en el currículum. Con la entrevista se pretende completar esta información y comprobar la veracidad de algunos puntos relevantes.
- Comprobar la idoneidad del perfil para el puesto a cubrir.

Desde el punto de vista del trabajador, los objetivos de esta entrevista de trabajo son distintos:

- Conseguir información sobre la empresa y el puesto de trabajo a cubrir.
- Continuar en el proceso de selección y demostrar la idoneidad del trabajador para el puesto de trabajo ofertado.

Según se realice la entrevista de trabajo de forma individual o en grupo, podemos distinguir dos formatos distintos de entrevista:

- **Entrevista personal.** Consiste en un diálogo directo entre entrevistador y entrevistado y las preguntas suelen estar referidas al currículum, experiencias, habilidades, aficiones e intentará ponerte en situaciones reales para estudiar tus reacciones. En algunas ocasiones, el entrevistador suele estar acompañado para obtener distintos puntos de vista sobre el entrevistado. Dependiendo de las preguntas que realiza el entrevistador, podemos tener una entrevista:
  - o **Estructurada o dirigida.** El entrevistador sigue un guión con unas preguntas predeterminadas. La brevedad y la claridad en las respuestas suelen ser dos factores determinantes del éxito en la entrevista.
  - o **No estructurada o libre.** El entrevistador pasa toda la iniciativa al entrevistado, después de presentarse, suele utilizar expresiones como: “háblame de ti”, “cuéntame cómo conociste esta empresa”, ... Después preguntará de forma general, buscando una conversación que será distinta dependiendo del desarrollo de la entrevista propiamente dicha. Ante una entrevista así, lo más aconsejable es empezar siguiendo el guión del historial profesional.
  - o **Semi-estructurada o mixta.** Es una mezcla de las anteriores, hay una serie de preguntas preestablecidas, pero dependen de las propias respuestas del entrevistado.
- **Entrevista en grupo o colectiva.** Se reúne un grupo de varios candidatos y se plantea una situación a resolver entre los participantes. Con esta entrevista se pretende conocer la personalidad de los candidatos, la capacidad de liderazgo, la comunicación, la iniciativa. Monopolizar o polemizar en exceso la entrevista no asegura el éxito, ya que saber escuchar y acercar posturas también son cualidades que se suelen buscar en este tipo de entrevistas. Es aconsejable no criticar las posiciones de los demás, dar el razonamiento propio sin entrar en la descalificación del resto de entrevistados.

El desarrollo de la entrevista también depende del tipo de entrevistador, dependiendo de:

- **Que el entrevistador sea de una empresa de selección.** Suele ser psicólogo y normalmente no conocerá las competencias exactas del puesto de trabajo que se oferta, por lo que, su objetivo principal se centrará en que el perfil del entrevistado coincida con el que pide la empresa. Por tanto, la entrevista girará en torno a la actitud y personalidad del entrevistado.
- **Que el entrevistador sea un responsable de recursos humanos de la propia empresa.** Este tipo de entrevistador conoce perfectamente las competencias que se necesitan para desarrollar la actividad en el puesto de trabajo ofertado. Además, buscará un perfil adecuado compatible con la propia personalidad del empleador y de los compañeros de trabajo.
- **Que la entrevista la realice un empleado de la empresa,** generalmente un técnico del puesto de trabajo a cubrir o el propio empleador. Esta persona suele ser la que estará a cargo del entrevistado en caso de contratarlo y buscará un perfil profesional más marcado.

Pasar la entrevista de trabajo de forma solvente casi garantiza el puesto de trabajo, por tanto es necesario realizar una serie de tareas previas para afrontar la entrevista con mayores posibilidades.

- Repasar el currículum. Es necesario conocer bien el propio currículum, de forma que pueda explicarse sin ningún género de dudas cada uno de los puntos del mismo.
- Informarse sobre la empresa. Conocer la empresa, el puesto de trabajo ofertado, el sector donde trabaja, los clientes importantes, los proyectos de expansión, la política de empresa.
- Preparar respuestas a posibles preguntas para no entrar en contradicción.

A continuación presentamos una serie de preguntas que pueden ser utilizadas en una entrevista personal.

Preguntas de adecuación al puesto:

- ¿Podrías indicar tres virtudes y tres defectos que tengas?
- ¿Qué te hace mejor que el resto de candidatos?
- ¿Por qué crees que estás preparado para acceder a este puesto?
- ¿Qué relaciones piensas que debe haber entre un jefe y su colaborador inmediato?
- ¿Estarías dispuesto a trasladarte a otra ciudad, a otro país, o a viajar con frecuencia?
- ¿Te consideras con capacidades creativas?
- ¿Dónde te consideras más eficaz, en las relaciones individuales o con grupos?
- ¿Cómo prefieres comunicarte? ¿Por qué?
- ¿Qué debes hacer para mejorar tu capacidad de comunicación?
- ¿Te pone nervioso hablar en público?
- ¿Cómo reaccionas ante una presión?
- ¿Qué consideras más importante: terminar un trabajo en el tiempo establecido o hacerlo bien?
- ¿Cuál es tu empresa ideal? Descríbela.

Preguntas personales:

- ¿Tienes novio/a? ¿Estás casado/a? ¿Tienes intención de quedarte embarazada?
- ¿Fumas?
- ¿Cuál es tu proyecto de futuro a 3 o 5 años vista? ¿Cómo te gustaría verte dentro de 5 o 10 años?
- ¿Qué haces en tu tiempo libre? ¿Cuáles son tus aficiones favoritas?
- ¿Cómo describirías tu personalidad?
- ¿Cuál es el último libro que has leído? ¿Qué te pareció?

Preguntas sobre anteriores trabajos:

- ¿Por qué cesaste en el anterior trabajo? ¿Por qué quieres cambiar de empresa?
- ¿Qué tal la relación con tus superiores anteriores?
- ¿Qué funciones desempeñabas? ¿Qué aprendiste durante tus trabajos anteriores?
- ¿Cuál de tus trabajos previos te ha gustado más?
- ¿Cómo te llevabas con tus compañeros?
- ¿Cómo te ven tus subordinados?
- ¿Cuál fue la situación más desagradable en que te viste? ¿Cómo le hiciste frente?

Y el día de la entrevista, recuerda unas pequeñas normas básicas:

- Prepara el saludo.
- Escucha sin interrumpir.
- Destaca tus puntos fuertes.
- Convierte tus puntos débiles en fuertes, tenacidad y compromiso de superación.
- Puntualidad.
- Vestimenta adecuada.
- Material necesario: bloc, bolígrafo, currículo...
- No fumar, ni mascar chicle.

## Actividad 2. La entrevista personal.

### OBJETIVO

- Conocer los distintos tipos de entrevista personal que hay.
- Reflexionar sobre nuestra forma de actuar, expresión verbal, lenguaje corporal, formación y todo lo que es necesario para afrontar una entrevista personal.

### CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO

- La entrevista personal.

## DESARROLLO

1. En grupos, sobre una propuesta de empleo, elaborar una serie de preguntas para hacer una entrevista personal.
2. Por parejas, hacer un “role – playing” de la entrevista personal.
3. Mientras una pareja escenifica el role - play, el resto deberá tomar nota de lo que considera que se hace mejor o peor, de forma que se aprenda de la experiencia.

## OBSERVACIONES

La mayoría de las personas necesita enfrentarse a varias entrevistas personales para aprender a afrontarlas con mayor garantía de éxito. Esta actividad, tomada con la seriedad necesaria por parte de los alumnos, puede ser la primera experiencia en este sentido y servirá de motivación para entender lo importante de tener una expresión oral adecuada, saber escuchar, expresarse, controlar el lenguaje corporal,...

Las siguientes fichas estarán disponibles en el CD para fotocopiar.

Puesto de trabajo ofertado.	
Tipo de entrevista personal.	
Preguntas personales.	
Preguntas profesionales.	
Preguntas abiertas.	

Entrevistado.	Lenguaje corporal.	Expresión oral.	Calidad de las respuestas.	¿Preseleccionado?

## El Plan de Empresa.

El plan de Empresa podríamos definirlo como un documento escrito en el que vas a reflejar el contenido de tu idea de negocio, de tu sueño... El plan de empresa debe ser sintético y convincente ya que, a la hora de solicitar cualquier tipo de colaboración, apoyo o ayuda financiera, el plan de empresa servirá como tarjeta de presentación.

Después de los contenidos desarrollados a lo largo del curso, ha llegado el momento de darle forma y sentido a vuestra idea empresarial y por lo tanto, debes empezar a realizarte determinados interrogantes: ¿qué empresa quiero crear? y ¿cómo lo voy a hacer?

Has recorrido ya un camino como persona emprendedora que te va a permitir desarrollar, por escrito y de forma fácil, tu idea de negocio en un plan de empresa. Para rellenar algunos de los apartados, simplemente tendrás que volver a repasar algunos de los contenidos desarrollados, consultar algunos anexos, e indagar en la red...

Este documento te resultará muy útil a diversos niveles:

- Servirá para profundizar en tu idea empresarial y conocer su viabilidad.
- Obtener la financiación necesaria para lanzar el negocio.
- Optar a posibles subvenciones de las administraciones públicas.
- Encontrar socios o inversores que crean en ti.

Para ayudarte en tu plan de empresa, en el CD de Anexos podrás observar varios “*mini proyectos de Empresas*” editados por la Revista de Emprendedores.

## Actividad 3. Elaborar un plan de empresa.

OBJETIVO
Desarrollar la imaginación para encontrar nombres, logotipos y anuncios adecuados para vender una idea empresarial.
CONCEPTOS PARA EL PROFESORADO
Una idea, un proyecto.
DESARROLLO
La elaboración del plan de empresa se realizará siguiendo los pasos que se van indicando en las páginas siguientes.
OBSERVACIONES
Esta actividad tiene la ventaja de ayudarnos a motivar al alumnado hacia la consecución de una formación en distintos ámbitos. Cuando el alumno cumplimenta un documento como éste, suele darse cuenta de la falta de formación que tiene, de la falta de metas o aspiraciones. No se trata de causarle desazón, sino de provocarle una inquietud por un futuro que está mucho más cercano de lo que parece.

## Apartados del Plan de Empresa.

### 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.

#### 1.1. Idea de Negocio.

Formula tu idea emprendedora. Para ello, deberás describir el producto de la empresa, explicando la innovación o mejora que aporta, los motivos por los que tu crees que tendrá aceptación y el nicho de mercado que cubre (es decir, a qué yacimiento de empleo se asocia).

#### 1.2. Objetivos de la Empresa.

En este apartado debes explicar los objetivos iniciales con los que nace la empresa (objetivos a corto plazo) y los objetivos a medio o largo plazo que se planteáis.

#### 1.3. Necesidades que cubre la idea de negocio.

En este caso, debes analizar las necesidades que los servicios o productos que vayas a poner en el mercado van a satisfacer, y si existe actualmente una demanda por parte de los clientes de éstos, si percibir una necesidad social.

Descripción de la Idea Empresarial.	
Objetivos a Corto Plazo.	Objetivos a Medio/Largo Plazo.
Necesidades que cubre la idea de negocio.	



### 1.4. Signos identificativos de la empresa.

Utilizando la creatividad y la imaginación, debéis crear los signos identificativos más importantes o significativos de la empresa: el Nombre Comercial y el Logotipo. Recuerda que ambos formarán tu imagen al exterior, y que, además de originales, han de reflejar la actividad comercial de vuestra idea de negocio.

- a) Nombre Comercial:
- b) Logotipo / Anagrama de la Empresa.

Nombre Comercial: _____	
Descripción/ Significado del nombre:	
<b>Logotipo / Anagrama</b> (Dibuja o Representa la imagen corporativa de tu empresa. Puedes ayudarte de las TIC).	<b>Descripción/Significado</b> (Qué elementos aparecen, qué representan, el porqué de su elección, los colores utilizados y su significado...).

## 2. ORGANIZACIÓN / GESTIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL.

### 2.1. Forma Jurídica.

En este apartado debes analizar las diferentes formas jurídicas que existen para representar una empresa y seleccionar la que mejor responda a las características de la misma, teniendo en cuenta el número de socios, objetivos y/o finalidades, intereses y necesidades de la misma. Para ello te aconsejamos que visites el siguiente enlace:

<http://www.crear-empresas.com/formajuridicadeconstitucion.htm>

### 2.2. Promotores de la Empresa

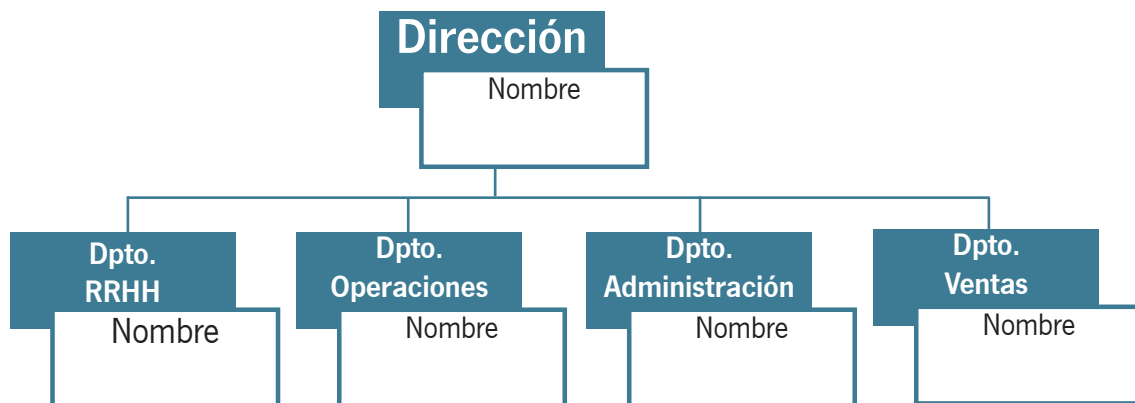
En este caso, debes aportar información sobre los socios que formáis la empresa, destacando la formación, experiencia laboral, rasgos de la personalidad, participación en la sociedad.

### 2.3. Organización de la Empresa: Organigrama.

El funcionamiento y organización de la empresa se realiza a través de departamentos. El organigrama es un gráfico que representa la organización de una empresa y en él aparecen todos los departamentos y coordinadores de los mismos.

A continuación te proponemos que visites el siguiente enlace, con el objeto de que identifiques el departamento más apropiado para cada uno de los socios que conformáis la empresa (en función de vuestras características, intereses y habilidades personales), así como las funciones que desempeñaría cada departamento:

<http://www.quecursar.com/los-4-departamentos-imprescindibles-en-mi-empresa-3774.html>



Forma Jurídica. (Cita la forma jurídica seleccionada y sus características más importantes).

--

N.º de socios y socias: \_\_\_\_\_

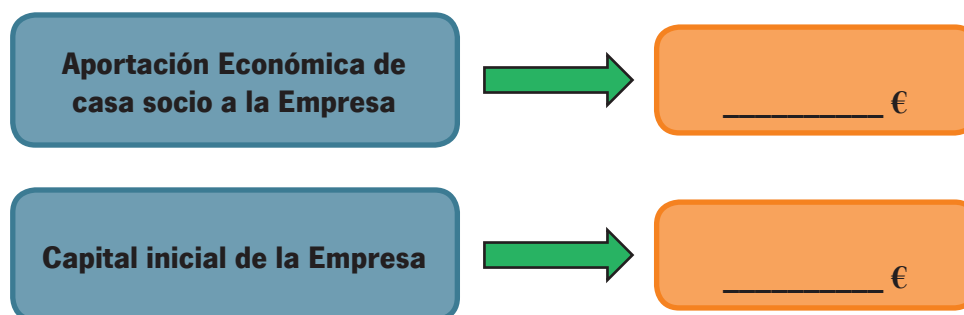
Socio 1	Nombre y Apellidos:	
	Formación:	
	Experiencia Laboral:	
	Rasgos de Personalidad:	
	Funciones a Desarrollar:	
	Participación en la empresa (%):	

Socio 2	Nombre y Apellidos:	
	Formación:	
	Experiencia Laboral:	
	Rasgos de Personalidad:	
	Funciones a Desarrollar:	
	Participación en la empresa (%):	
Socio 3	Nombre y Apellidos:	
	Formación:	
	Experiencia Laboral:	
	Rasgos de Personalidad:	
	Funciones a Desarrollar:	
	Participación en la empresa (%):	
Socio 4	Nombre y Apellidos:	
	Formación:	
	Experiencia Laboral:	
	Rasgos de Personalidad:	
	Funciones a Desarrollar:	
	Participación en la empresa (%):	

Funciones de los Departamentos:	
Dpto. Recursos Humanos (RRHH).	
Dpto. Operaciones o Comercial.	
Dpto. Administración.	
Dpto. de Ventas.	

#### 2.4. Capital Inicial de la Empresa.

En este apartado debéis reflejar el capital inicial con el que nace la empresa. Es decir, la cantidad económica que aportáis cada socio y el capital total de la sociedad. Os recordamos que algunas formas jurídicas exigen un mínimo (ver apartado 2.1.).



Otra decisión importante es seleccionar el local o las instalaciones donde queremos crear nuestra idea de negocio.

Debes realizar un pequeño trabajo de campo por tu localidad, y buscar un local que cumpla las características necesarias para desarrollar tu idea de negocio.

Dirección:	
Superficie (metros cuadrados):	
Características de la ubicación (comercios que existen alrededor, si tiene fácil acceso, calle transitada...):	
Coste del Alquiler (mensual):	
Situación Geográfica (Imagen de un mapa callejero de la localidad, para ello puedes utilizar Internet):	
Fotografía del local (Realiza una fotografía actual del local: fachada y/o escaparate, interiores...):	

### 3. ESTUDIO DE MERCADO.

#### 3.1. Identificación del Mercado de Referencia.

En este apartado debes identificar el mercado de referencia de tu idea de negocio, el sector empresarial al que pertenece..., etc.

#### 3.2. Identificación de la clientela.

En esta ocasión debes analizar quiénes serán vuestros clientes y clientas potenciales y a quién va dirigido vuestros productos o servicios, definiendo para ello algunas de sus características principales, su nivel socioeconómico, su clase cultural...

#### 3.3. Estimación de la Demanda.

De igual modo, debes analizar y justificar la demanda que tus servicios o productos van a tener en el mercado, y, por qué pensáis que vuestra empresa tendrá éxito y será bien acogida dentro de dicho sector laboral.

#### 3.4. Análisis de la Competencia.

Antes de insertarse en un determinado sector del mercado laboral, es necesario estudiar la competencia, analizar sus debilidades y fortalezas.

En esta ocasión debes investigar en primer lugar, qué empresas de la comarca pueden ser tu competencia, así como detectar sus puntos débiles y fuertes.

Identificación del mercado de referencia.
Identificación de la clientela.
Estimación de la demanda.

Análisis de la competencia.		
Nombre de la Empresa	Debilidades	Fortalezas
_____ Empresa 1:		
_____ Empresa 2:		
_____ Empresa 3:		
_____ Empresa 4:		

### 3.5. Análisis de nuestro Proyecto Empresarial: Análisis DAFO.

Además de analizar la competencia, es muy positivo autoevaluar nuestra propia empresa, las cosas positivas y negativas que tenéis, así como las posibilidades de obtener éxito en el futuro. Para ello, la técnica que más se utiliza es el Análisis DAFO, análisis en el que debéis reflexionar sobre vuestras debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Antes de completar la siguiente tabla, te aconsejamos visitar los siguientes enlaces:

<http://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>

[http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/DAFO/DAFO/index\\_ok.html](http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/DAFO/DAFO/index_ok.html)

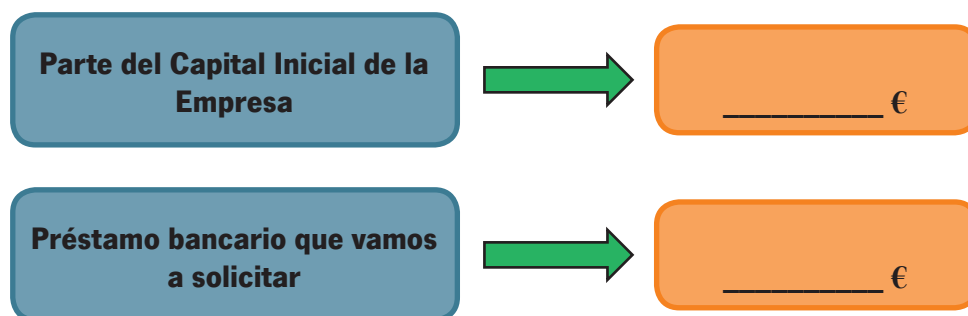
Análisis DAFO	
<b>Debilidades</b>	
<b>Amenazas</b>	
<b>Fortalezas</b>	
<b>Oportunidades</b>	

## 4. BALANCE ECONÓMICO Y FINANCIERO.

### 4.1. Inversión.

- En primer lugar debes analizar la inversión que tienes que realizar; es decir, qué gastos debes realizar antes de poner en marcha vuestra idea empresarial (reformas del local, compras de suministros, publicidad...).
- Una vez conocida la cantidad de inversión, la siguiente pregunta es: ¿cómo vamos a hacer frente a dichos gastos? Normalmente los emprendedores para la inversión inicial gastan parte del capital inicial de la empresa y piden un préstamo a una entidad bancaria.

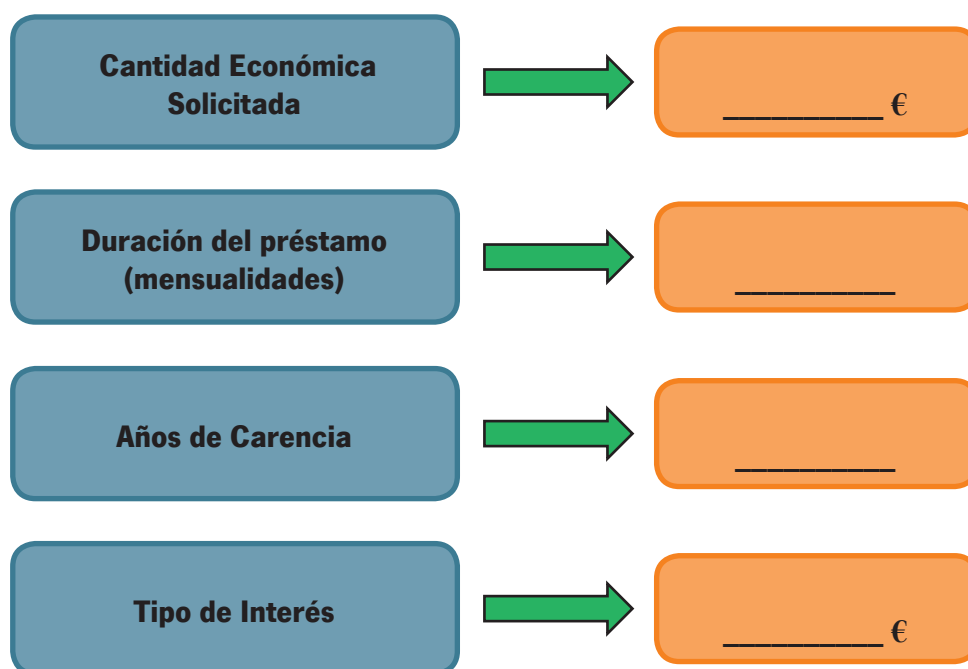
Concepto	Inversión (€)
TOTAL	_____ €





El siguiente paso es obtener el préstamo bancario. Con la ayuda de vuestro profesor, debéis obtener cita en una entidad bancaria con el objeto de solicitar un simulacro de préstamo. Debéis ensayar y realizar un role-play en la clase sobre dicha entrevista, empleando diferentes técnicas y estrategias relacionadas con las habilidades de comunicación.

Una vez obtenido el préstamo, debéis buscar en dicho documento los siguientes datos:



#### 4.2. Balance Económico.

- a) El precio.
  - En este apartado debes analizar en primer lugar el coste de producción de los productos o servicios que vais a desarrollar.
  - Una vez conocido el coste de producción, debéis determinar el precio que vais a establecer a cada uno de vuestros servicios o productos. Para ello debes conocer las diferentes estrategias de precios que se utilizan, visita el siguiente enlace: <http://www.muypymes.com/2009/03/02/estrategias-de-precios-8-modelos-clasicos>
- b) Estimación de gastos, ingresos y beneficios del primer ejercicio económico.
  - En esta ocasión tenéis que prever los gastos, ingresos y beneficios que vais a tener en el primer año de puesta en marcha de vuestra idea empresarial. Para ello puedes utilizar algunos de los simuladores empresariales que existen. A continuación te adjuntamos el enlace de uno de ellos: <http://www.jerezserviciosempresariales.com/aconsejamos/simuladorempresarial.html>
  - Si no desarrolláis en vuestro centro ningún área o módulo formativo donde se desarrollen algunos de estos conocimientos técnicos o económicos que se necesitan para aplicar dicho programa, sólo debéis sintetizar los gastos, ingresos y beneficios del primer ejercicio económico.

Coste de producción

Estimación de gastos

## 5. MARKETING Y PUBLICIDAD.

En muchas ocasiones, el éxito de una empresa depende de la acertada campaña de publicidad que se realice. Hacer referencia a sus productos y servicios, ofertas de lanzamientos, etc.

A continuación te proponemos una serie de actividades para tu campaña de Marketing y publicidad. Hablamos de las estrategias que más se utilizan en las campañas de promoción y publicidad de las pymes.

### 5.1. Tarjeta de Visita.

Diseña la tarjeta de visita de tu empresa.

Diseño de la tarjeta de visita

### 5.2. Anuncio en Radio o TV.

Con la ayuda de los recursos que existan en tu centro (cámara de vídeo, radio, grabadora, micrófonos...) y con mucha creatividad, debéis crear un anuncio de televisión o radio sobre algunos de vuestros productos o servicios más significativos.

### 5.3. Página web o blog de empresa.

Una forma fácil y económica de dar a conocer tu empresa es a través de la red. Para ello debes crear una página web o blog de empresa y copiar la página principal en este documento.

Te aconsejamos que visites los siguientes enlaces, que te ayudarán a crear tu página web o blog profesional:

<http://www.conectatunegocio.es/>

<http://www.paginawebgratis.es/>

<http://www.actiweb.es/>

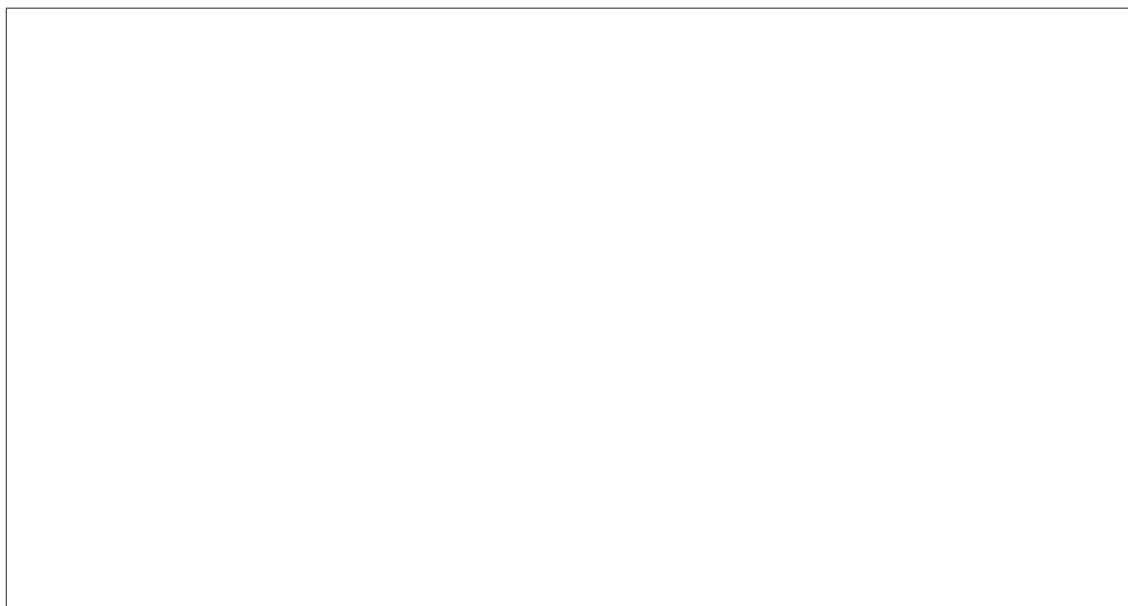
<https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=blogger&ltmpl=start&hl=es&passive=86400&continue=http://www.blogger.com/home#s01>

<http://www.hazblog.com/>

Nombre de la página web					
Objetivos de la página web					
<b>Posibilidades</b>		<b>Acceso</b>		<b>Solicitud</b>	
Sí	No	Sí	No	Sí	No
Diseño de la página					

#### 5.4. Redes Sociales.

Hoy en día no se concibe una empresa sin cuenta en alguna red social. Es por ello por lo que debes crear una cuenta de tu idea de negocio en la red social que consideres más adecuada para tu tipo de empresa. Una vez terminada, inserta en este proyecto la página principal de la misma.



### 6. AYUDAS Y SUBVENCIONES.

Las ayudas y subvenciones no deben ser el impulso ni la justificación para dar comienzo a una idea empresarial, pero es cierto que en ocasiones ayudan a los jóvenes emprendedores. Para indagar las ayudas y subvenciones que puedes encontrar tendrás que visitar el CADE (Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial) más próximo a tu localidad.

Tipo de ayudas que podemos solicitar



## 7. VIABILIDAD DEL PROYECTO.

En este último apartado del proyecto os invitamos a reflexionar sobre la viabilidad de vuestra idea empresarial, analizando la viabilidad técnica, la viabilidad financiera, la viabilidad económica y la viabilidad de gestión.

Antes de completar la siguiente tabla, te invitamos a visitar el siguiente enlace:

<http://sempresa.blogspot.com/2007/12/viabilidad-del-proyecto-empresarial.html>

Tipos de Viabilidad	
Viabilidad Técnica	
Viabilidad Financiera	
Viabilidad Económica	
Viabilidad de Gestión	

## 4.5. Evaluación

La evaluación la vamos a realizar desde tres aspectos distintos:

- Evaluación del proceso. Esto es, evaluación de las actuaciones que se están llevando a cabo, la adecuación de las actividades, logros, objetivos,... Esta evaluación tendremos que realizarla periódicamente a lo largo del curso.
- Evaluación del alumnado participante. Esta evaluación consiste en la propia reflexión del alumno hacia el trabajo realizado. En la guía presentamos tres cuestionarios a modo de ejemplo.
- Evaluación final del recurso, para mejorar la guía didáctica. El objeto de esta evaluación es mejorar el recurso para no cometer los mismos errores que se detecten en la primera aplicación del recurso didáctico. Las actividades que funcionan, las que no, el motivo por el que no se consigue el objetivo deseado con una actividad concreta, cómo mejorar las actividades...

### Instrumentos de evaluación.

Todo contenido tiene una triple perspectiva: conceptual, procedimental y actitudinal. Pese a esa triple perspectiva, evaluar un contenido no tiene que implicar la evaluación en las tres dimensiones, sino que el enfoque de la evaluación depende de la dimensión en la que queramos centrarnos.

En esta guía, la dimensión actitudinal de los contenidos es el eje fundamental de la propia acción, con lo que la evaluación la tenemos que realizar utilizando técnicas que nos permitan observar los avances de los alumnos y alumnas en este sentido.

Como estos contenidos están muy vinculados a los valores de nuestra sociedad, nos encontramos con una dificultad añadida, ya que se entiende que no se pueden evaluar los valores porque se consideran parte personal y propia de cada individuo.

Sin embargo, podemos establecer unos criterios de aprendizaje sobre las actitudes de forma explícita: aprender una actitud significa mostrar una tendencia consistente y persistente a comportarse de una determinada manera ante diferentes clases de situaciones, objetos, sucesos o personas. Esta definición permite formular los objetivos relativos a actitudes y, por lo tanto, los resultados de aprendizaje.

Para realizar esta evaluación, podemos utilizar distintas técnicas, mediante la observación sistemática:

- **Registro anecdótico.** Son registros de incidentes o anécdotas que manifiestan una actitud o comportamiento representativo, significativo o nuevo. Permiten observar las acciones y actitudes en el contexto natural en que suceden.
- **Listas de control.** Se observa la presencia o ausencia de las actitudes que pretendemos forjar.
- **Pautas de observación.** Son similares a las listas de control, pero son abiertas y permiten detectar las necesidades educativas de cada alumno o alumna.
- **Diario de clase.** Al escribirlo día a día refleja una reflexión y da significado a los hechos sucedidos. Además, permite revisar la propia acción docente.

- **Entrevistas.** Este medio es muy efectivo, permite obtener información y aumenta la comprensión de las experiencias individuales. Con este instrumento, las expectativas, actitudes y opiniones son razonadas y justificadas.
- **Debates, discursos, negociaciones, ...** Los debates, asambleas, simulación, role-playing, etc., crean situaciones en las que se intercambian y coordinan puntos de vista, fomentando una mentalidad crítica e indagadora, con formas de trabajo cooperativas.
- **Proyectos y presentación de trabajos.** Presentar al resto de los compañeros los proyectos que el grupo realiza es un instrumento de evaluación que permite observar en su conjunto la mayoría, si no todos, los contenidos que trabajamos en esta guía.

Los propios compañeros pueden ser utilizados como observadores externos a la hora de la evaluación, de forma que, además de fomentar la madurez de razonamiento entre los agentes evaluadores, puedan ellos mismos observar y aprender del grupo evaluado.

### Ficha para la evaluación del proceso

Según la propia secuenciación de la guía, cada dos meses se reunirán todos los participantes para evaluar la marcha del proyecto y hacer propuestas correctoras o nuevas a aportar.

Cada equipo describirá las actividades que ha realizado, destacando los éxitos y las dificultades halladas. Podrán apoyarse en material gráfico.

A modo de ejemplo adjuntamos una ficha de seguimiento:

Aspecto a valorar	Puntuación del 1 a 10.	Explicación de la valoración.	Propuesta de mejora.
Propuesta de mejora.			
Grado de satisfacción en la tarea encomendada.			
Grado de resolución de dificultades.			
¿Se han alcanzado los objetivos seleccionados para cada equipo?			
Adecuación de las actividades al calendario previsto.			
Funcionalidad de los sistemas de comunicación elegidos.			

Aspecto a valorar	Puntuación del 1 a 10.	Explicación de la valoración.	Propuesta de mejora.
He participado en el equipo de manera constante.			
He resuelto diferencias de opinión y conflictos con el diálogo.			
He colaborado en la preparación de las obras y el taller, aportando materiales, construyendo, pintando...			
He colaborado en la solución de problemas técnicos.			
He conocido técnicas nuevas para reproducir obras y para hacer el taller.			
He participado con mis compañeros en la realización de tareas.			
He participado en la realización del taller.			
He colaborado en la realización de carteles, fotos, vídeo, entradas en la página Web, etc...			
Estoy satisfecho/a con el trabajo personal.			
¿Repetirías esta actividad? (Rodea la opción que eliges).	Sí, tal cual.	Sí, con modificaciones.	No, de ninguna manera.



**Evaluación del propio recurso para su mejora.**

TUTOR/TUTORA	EXPECTATIVAS	OBJETIVOS ALCANZADOS	CONTENIDOS
PREPARACIÓN	DIFICULTADES	ESTRATEGIAS UTILIZADAS	RESULTADOS

## 5

# Plan de trabajo

A continuación presentamos una propuesta de calendario para llevar a cabo el proyecto. Es obvio que el cronograma que presentamos puede ser distinto dependiendo de la propia implicación de los alumnos y alumnas del Centro como de los que tienen que llevar a cabo el control del propio programa.

Dividiremos el curso en dos falsos cuatrimestres:

- En el primer cuatrimestre, trabajaremos los bloques de contenido I y II.
- En el segundo cuatrimestre, trabajaremos el bloque III y el plan de empresa.

En la segunda quincena de septiembre, formaremos los grupos que van a trabajar juntos y realizaremos actividades de cohesión grupal.

En los meses de octubre y noviembre trabajaremos las actividades del primer bloque y realizaremos una evaluación de estas actividades.

Diciembre, enero y febrero lo dedicaremos al segundo bloque de contenidos, evaluando las actividades antes del 5 de marzo.

Del 5 al 20 de marzo, realizaremos las actividades del tercer bloque.

A partir del 20 de marzo, realizaremos un plan de empresa. Para realizar esta actividad es necesario tener suficiente tiempo, ya que conlleva una serie de acciones que necesitan de una coordinación mayor.

Para el 20 de mayo realizaremos una evaluación del proyecto y plantearemos las posibles mejoras para el siguiente curso académico.

Siguiendo estas fechas, es necesario que realicemos una planificación de los tiempos que vamos a utilizar para llevar a cabo las distintas acciones. Con ese objetivo, se presenta una ficha con una propuesta para la actuación de cada contenido.

Bloque I	
Acción	Fecha
Configuración de los grupos de trabajo	Antes del 30 de septiembre.
Actividad 1	Del 30 de septiembre al 10 de octubre.
Actividad 2	Del 10 al 25 de octubre.
Actividad 3	Del 25 de octubre al 10 de noviembre.
Actividad 4	Del 10 al 25 de noviembre.

Evaluación	Antes del 30 de noviembre.
<b>Bloque II</b>	
Acción	Fecha
Actividad 1	Del 1 al 10 de diciembre.
Actividad 2	Del 10 al 20 de diciembre.
Actividad 3	Del 7 al 14 de enero.
Actividad 4	Del 14 al 29 de enero.
Actividad 5	Del 29 de enero al 12 de febrero.
Actividad 6	Del 12 al 28 de febrero
Evaluación	Antes del 5 de marzo.
<b>Bloque III</b>	
Acción	Fecha
Actividad 1	Del 5 al 12 de marzo.
Actividad 2	Del 12 al 20 de marzo.
<b>El plan de Empresa</b>	
Acción	Fecha
Presentación del Proyecto. La idea de negocio y los objetivos de empresa. Signos identificativos de la empresa.	Del 20 al 31 de marzo.
ORGANIZACIÓN / GESTIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL.	
Descripción de los socios de la empresa.	
Descripción de los Departamentos de la empresa.	Del 1 al 7 de abril.
Localización de la empresa.	
Identificación del Mercado de Referencia.	
Análisis de nuestro Proyecto Empresarial: Análisis DAFO.	Del 8 al 14 de abril.
BALANCE ECONÓMICO Y FINANCIERO.	
Balance Económico.	
MARKETING Y PUBLICIDAD.	Del 14 al 21 de abril.
Página web.	Del 21 de abril al 10 de mayo.
AYUDAS Y SUBVENCIONES.	Del 10 al 20 de mayo.
VIABILIDAD DEL PROYECTO.	

## 6

## Glosario de términos

**ANÁLISIS DE MERCADO:** Es la labor cuidadosa y objetiva, de recopilación, anotación y estudio de datos acerca de problemas vinculados con la comercialización de bienes y servicios.

**ASERTIVIDAD:** es una **estrategia de comunicación** que se ubica como punto medio entre dos conductas opuestas: la **agresividad** y la **pasividad**.

**CAPITAL:** Recursos físicos y económicos que posee un ente económico, obtenidos mediante aportaciones de los socios o accionistas a producir beneficios, utilidades o ganancias.

**CAPITAL SOCIAL:** Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

**COMUNICACIÓN VERBAL:** se refiere a las palabras que utilizamos y a las inflexiones de nuestra voz (tono de voz).

**COMUNICACIÓN NO VERBAL:** hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.

**COSTES:** Gasto que se hace para la obtención de una cosa o servicio.

**DIRECCIÓN:** Son las personas que en una empresa coordinan al resto del personal. Deben ser buenos líderes, organizadores, saber delegar, reparten tareas nuevas, animan al equipo.

**EMPATÍA:** es la **identificación mental y afectiva** de una **persona** con el **estado de ánimo de otra**. También se conoce como **inteligencia interpersonal**, al ser la capacidad cognitiva de sentir, en un contexto común, lo que un individuo diferente puede percibir.

**ESCUCHA ACTIVA:** es saber escuchar a los demás. Escuchar requiere un esfuerzo superior al que se hace al hablar y también del que se ejerce al escuchar sin interpretar lo que se oye.

**FEEDBACK:** no es un reto, una crítica, una censura o una opinión. Es una forma de hacer que la persona mejore a partir del entendimiento de su performance, observada desde afuera. La retroalimentación que se produce entre dos persona, enseñanza-aprendizaje...

**FINANCIACIÓN:** Aportación del capital necesario para el desarrollo de una empresa, proyecto u otra actividad.

**FIRMEZA:** Entereza, constancia, fortaleza, estabilidad, seguridad.

**HONESTIDAD:** es la cualidad de honesto. Por lo tanto, la palabra hace referencia a aquel que es **decente, decoroso, recatado, pudoroso, razonable, justo, probo, recto u honrado**.

**INNOVADORA:** Innovar significa “introducir novedades” así que buscaremos que nuestra idea aporte algo nuevo que nos diferencia de la competencia.

**INVERSIÓN:** Se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación.

**INVERSIÓN DE MEJORA:** Consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación de la mejora de la capacidad operativa de la empresa.

**MARKETING:** Marketing es un proceso social por el que los individuos y los grupos obtienen lo que ellos necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y su valoración con otros.

**ORGANIGRAMA:** Es la representación gráfica de la organización de la empresa.

**PERFIL PROFESIONAL:** Es el conjunto de cualidades profesionales, formación, experiencia, intereses y aptitudes de una persona.

**PERSUASIÓN:** es un método de influencia social. Es el proceso de guiar a los demás y a uno mismo hacia la adopción de una idea, actitud...

**PROVEEDORES:** Persona o empresa que abastece de algunos artículos necesarios.

**SOCIO:** Los socios son las personas que comparten una misma empresa. Pueden serlo a partes iguales, o puede uno de ellos tener más participación en la empresa que otros. También existen socios que no aportan dinero, pero sí su trabajo.

**TENACIDAD:** es una actitud caracterizada por la **resistencia ante las adversidades**. Una persona tenaz es insistente y se mantiene firme en su **conducta** o comportamiento hasta alcanzar su objetivo.

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

**YACIMIENTOS DE EMPLEO:** Son los sectores que ofrecen ya hoy, que ofrecerán sobre todo en el futuro, grandes posibilidades de trabajo, ya que existe una inmensa oferta de puestos de trabajo sin cubrir.

# 7

## Bibliografía y documentación

- Bolívar, Antonio: “La Evaluación de Valores y Actitudes”, Madrid, Anaya, 1998.
- BORSTEINS, D. (2005): “Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas”. Madrid: Editorial Debate.
- Buxarrais, M. Rosa; Martínez, Miquel; Puig, Josep; Trilla, Jaume: “La Educación Moral en Primaria y Secundaria”, Madrid, Edelvives y Centro de Publicaciones del MEC, 1990.
- CAMARERO RIOJA, L. y otros (2005): “Emprendedoras rurales: de trabajadoras rurales a sujetos pendientes”.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003): “Libro verde. El espíritu empresarial en Europa”. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2006): “Fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación”. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa.
- DE FERNÁNDEZ SERRANO, J. A. (2006): “Emprende-t. Ideas para nuevos emprendedores”. Madrid: Editorial Tebar.
- FERNÁNDEZ ESQUINAS, M. y RUIZ RUIZ, J. (2006): “Los jóvenes y la creación de empresas”. Sevilla: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.
- DELGADO VALDIVIESO, R. (2009): “El proyecto empresarial: Guía para la elaboración del plan de empresa”. Editorial Donostiarra.
- MEYER, P. (2009): “Emprendedores: 25 casos de éxito en el mundo empresarial”. Editorial Alienta.
- NIJAR, D. (2010): “Emprendedores Emergentes”. Editorial LID.



# 8

## Enlaces de interés

<http://www.crear-empresas.com/formajuridicadeconstitucion.htm>

<http://www.quecursar.com/los-4-departamentos-imprescindibles-en-mi-empresa-3774.html>

<http://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>

[http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/DAFO/DAFO/index\\_ok.html](http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/DAFO/DAFO/index_ok.html)

<http://www.muypymes.com/2009/03/02/estrategias-de-precios-8-modelos-clasicos>

<http://www.jerezserviciosempresariales.com/aconsejamos/simuladorempresarial.html>

<http://sempresa.blogspot.com/2007/12/viabilidad-del-proyecto-empresarial.html>





#### Equipo de Redacción:

Domínguez Guerra, Rosa.

Flores Díaz, Rafael.

González Pérez, Germán (Coordinador).

Diseño de Portada: Rosa Domínguez Guerra.

#### Colaboraciones:

Martín Morales, Jacinto (Antropólogo Asesor Técnico Consejería de Educación).

#### Coordinación general:

Benítez Herrera, Antonio (Jefe de Servicio de Evaluación de la Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa, Consejería de Educación).

Domínguez Guerra, Rosa (Musicóloga y Maestra / Asesora Técnica de la Consejería de Educación).

