

GUÍA DE RECURSOS PARA EL EMPLEO EN EL MEDIO RURAL



PROYECTO IMPULSADO POR



CON EL APOYO DE

Bankia en-acción

LA COLABORACIÓN DE



ÍNDICE

Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida. (Confucio)

- CONTEXTUALIZACIÓN. Apuntes para el reto demográfico: el caso de los neorrurales en Extremadura
 - José María Vicente, sociólogo
- ANÁLISIS DEL ENTORNO RURAL: CREACIÓN DE UN DAFO
- ¿QUÉ BUSCAS?
- EMPLEO POR CUENTA AJENA
 - Elaborar un CV y videocurrículum. Carta de presentación
 - Consejos para una entrevista de trabajo
 - Plataformas de búsqueda de empleo
 - Bases de Datos para buscar un empleo
- EMPLEO PÚBLICO
 - ¿Cómo acceder a un empleo público?
 - Portales de búsqueda
 - Consejos para acceder al empleo público
- EMPLEO POR CUENTA PROPIA
 - Autoempleo en el medio rural
 - Sectores en auge en el medio rural
 - Teletrabajar en el medio rural
 - Tercer Sector y Economía Social
 - ¿Cómo crear un Plan de Empresa?
 - Ayudas al emprendimiento
- MUJER Y EMPRENDIMIENTO RURAL
- GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL
- REFERENCIAS BIOGRÁFICAS Y BIBLIOGRÁFICAS

Apuntes para el reto demográfico: El caso de los neorrurales en Extremadura

JOSÉ MARÍA VICENTE PASCUAL
SOCIÓLOGO

Aunque es indudable que las zonas rurales se están despoblando, hay estudios que señalan que también existen flujos de nuevos pobladores que se asientan en municipios pequeños revitalizando esas áreas. Tampoco debemos perder de vista que estamos enmarcados en un periodo histórico marcado por el calentamiento global y los efectos que esto tiene sobre el clima, lo cual también sitúa a las zonas rurales como espacios naturales de especial interés en cuanto a los valores positivos asociados a su medio y a su preservación. Este texto expone algunos datos de la situación poblacional española y extremeña, la incidencia que está teniendo en las zonas rurales la despoblación y algunas de las estrategias a nuestro alcance para re-habitar lo rural.

¿Qué es eso del reto demográfico?

En España y en otras muchas áreas del planeta se están produciendo grandes movimientos de personas hacia las ciudades. Según datos de la División de Población de las Naciones Unidas, casi la mitad de la población española, el 40%, vivirá en 2030 en 15 grandes ciudades de más de 300.000 habitantes. En 1950 ese porcentaje rondaba el 15,6%. Esto está provocando una gran despoblación en las zonas rurales que pierden gran parte de su capital social y que migra principalmente a las ciudades.

En estas proyecciones de población, ninguna de las ciudades extremeñas superará los 300.000 habitantes. Hay incluso datos que apuntan a que actualmente en nuestra comunidad, no sólo se están produciendo movimientos desde el campo a las ciudades, sino también desde nuestras principales ciudades a otras más grandes. En Extremadura la realidad demográfica se caracteriza fundamentalmente por cuatro fenómenos:

- Pérdida global de habitantes
- Despoblación de numerosos municipios con una relativa tendencia a la concentración en las ciudades con mayor número de vecinos
- Descenso de la natalidad y envejecimiento de la pirámide poblacional
- Migración hacia otras Comunidades Autónomas y hacia otros países, principalmente personas jóvenes y mujeres.

Tasa de variación de la población por grupos de edades en el periodo 2018-2033



Este gráfico muestra la tasa de variación de la población extremeña, entre los años 2018 y 2033. La población está agrupada por tramos de edad. Las personas de 0-15 años y de 30-49 son los principales conjuntos de población que seguirán abandonado Extremadura. Presumiblemente, puede tratarse de familias. Por el contrario, en edades de 66 en adelante se produce un considerable incremento, que está principalmente relacionado con la expansión de la longevidad. El saldo total en esta proyección de población para Extremadura es negativo, confirmando el imparable fenómeno de despoblación que está teniendo lugar en este territorio.

El reto demográfico se plantea como un proyecto que será capaz de dar respuesta a la despoblación del territorio, a la pérdida de natalidad, a los problemas relacionados con el envejecimiento de la población, cuestión que en zonas rurales es más patente, debido al aumento de la longevidad de la población anciana y debe supervisar los efectos de la población flotante. El Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico, órgano unipersonal del Gobierno de España, es el encargado de elaborar y desarrollar estrategias de acción y desarrollos en materia de población.

¿Cómo frenamos este nuevo éxodo?

El fenómeno demográfico se ha convertido en un factor estratégico en la sostenibilidad de las políticas públicas, prioritariamente aquellas que tienen el deber de garantizar la equidad y la cohesión social. La comisionada del Gobierno frente al reto demográfico, Isaura Leal (Valencia, 1959), ha promovido ayudas entre los jóvenes emprendedores de pueblos menores de 10.000 habitantes. Se trata, dice Leal, de "igualdad". La prioridad de su departamento es integrar la banda ancha en las zonas rurales, para que favorezca el autoempleo, y también para llevar la modernidad a un territorio que se está quedando sin jóvenes y sin mujeres.

La Junta de Extremadura cuenta con algunas políticas para atender el problema de la despoblación e incentivar el retorno de la población emigrante, en su Informe de posición frente al desafío demográfico y territorial desgrana varias de las medidas que pretende adoptar, cuyos objetivos son principalmente aprovechar el amplio potencial de la población extremeña de distintas

generaciones residentes en el exterior al tiempo que se pretende atraer nueva población. Persigue facilitar e incentivar el retorno de población, frenar la migración de personas, en especial jóvenes, fomentar relaciones intergeneracionales, favorecer proyectos de índole profesional, empresarial, académicos en los que participen extremeños.

Debemos también resaltar la necesidad de transformar las áreas rurales en territorios rurales inteligentes, mejorando las infraestructuras de transporte y comunicación ya que juegan un papel esencial para garantizar el futuro de la Comunidad y de sus habitantes. Resulta ineludible la ampliación de redes de comunicación que permitan la conexión de centros y de personas. De este modo sería posible la prestación a distancia de servicios y productos, para que personas y empresas obtengan todos los beneficios de la transformación digital, con independencia de su localidad de residencia.

Imaginarios de lo rural

Hablar de "rural" implica hacer referencia a un concepto construido y, por tanto, dinámico y susceptible de variar a lo largo del tiempo. La concepción que se tenía de lo "rural" era la de un espacio eminentemente agrario, cuya finalidad era la de producir alimentos para la sociedad, que ahora ha ido dando paso a una nueva imagen, esta vez como un espacio multifuncional cuya principal fortaleza es la potenciación de sus recursos naturales, culturales y patrimoniales, que adquieren diferentes significaciones en función de las representaciones que los diferentes agentes sociales proyectan sobre los mismos.

La percepción de lo rural y lo urbano como dimensiones diferentes comenzó a ponerse en entredicho en los años 20 del S.XX al considerar que no había una separación, sino un continuum entre ambas realidades, una gradación entre sociedades rurales y urbanas, lo que Sorokin y Zimmerman denominaron el continuum rural-urbano. Consideraban que no había una división absoluta sino una mayor o menor presencia de rasgos concebidos como rurales o como urbanos. Según estos autores, había unas características que permitían establecer indicadores de diferenciación acerca de ambos universos, que son la ocupación, el tamaño de la comunidad, la densidad, la heterogeneidad, la movilidad y el sistema de interacción entre las personas. De las cuales, la densidad es el indicador más aceptado para definir la ruralidad. La densidad está asociada con el grado de dispersión de la población sobre un territorio, de modo que las zonas rurales no sólo son zonas de baja densidad sino también de gran dispersión territorial. Factores ambos de importantes consecuencias sociales. Este criterio de la densidad es utilizado, por ejemplo, por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) y por EUROSTAT.

Lo rural ha experimentado una gran re-significación y ahora la opinión pública muestra un mayor interés por el mundo rural, que se manifiesta en los cambios de tendencia de los flujos migratorios urbanos-rurales, favorables en ocasiones a las zonas rurales. Además, podemos apreciar el cambio en la percepción de lo rural en la preocupación por la conservación de los recursos patrimoniales de estas zonas (paisaje, biodiversidad, recursos naturales, historia, etc), en la identificación de lo rural con la naturaleza y el medio ambiente, con el paisaje y el patrimonio cultural, con el ocio y la vida sana, así como en los cambios de preferencias residenciales y el interés por su calidad de vida. En base a esto, se podría constatar una nueva ola de ruralización en la opinión pública en general, en contraste con la realidad del vaciamiento poblacional que está teniendo lugar en muchos territorios.

El interés de una sociedad crecientemente urbanizada e industrializada por unos lugares, costumbres y sentimientos que se perciben de forma nostálgica, como supervivencia de un modo de vida ya casi perdido, y que se asocian con la naturaleza, con una mayor sociabilidad, mejores estándares de calidad, etc., nos permite entender la nueva funcionalidad que han adquirido los espacios rurales. Para hacer referencia a esta nueva realidad rural, que se caracteriza más por los aspectos simbólicos que por referentes tangibles, algunos hablan de "nueva ruralidad", mientras que otros utilizan el concepto de "post-rural" o de "ruralidad post-productivista".

Neorrurales, ¿hacia un nuevo modelo de población rural?

Hasta inicios del S.XXI el motivo fundamental de las migraciones en España eran las actividades relacionadas con los medios de vida y los estudios, pero ahora están tomando mucha relevancia los motivos residenciales. Aunque en términos demográficos el universo rural sigue perdiendo población, no debemos mantener la idea de pérdida debido a que hay datos sobre ciertos procesos de retorno que palían en cierto modo esa tendencia.

Hay un conjunto de personas, a los que hemos denominado neorrurales, que han arraigado en el entorno rural recientemente pero cuyo origen es urbano o que, siendo locales, parte de su vida la han vivido fuera del municipio. En este grupo encontramos a:

- Retornados o hijos del pueblo
- Emigrantes de retiro que pasan la vejez
- Buscadores de una mejor calidad de vida
- Población flotante
- Turistas que no tienen pueblo
- Técnicos y profesionales de las políticas del bienestar

Las comunidades rurales hasta ahora han mantenido una estructura homogénea en cuando a la actividad productiva que venía girando en torno a la tierra, pero ahora da paso a un nuevo modelo donde se debe tener en cuenta la llegada de nuevos pobladores, bien de forma estacional o permanente cuyas profesiones no están ligadas de manera directa al trabajo en el campo. Esto ha propiciado una sustitución paulatina de la distinción de clase, que pierde fuerza ante la distinción de origen.

En cuanto al perfil profesional de los neorrurales podemos situarlos principalmente en estas actividades:

- Profesionales cuyo trabajo no necesita ser realizado en un lugar concreto: teletrabajo.
- Emprendedores que abren nuevos negocios de carácter innovador.
- Iniciativas en el sector turístico que provienen de inmigrantes que han visto en el medio rural, en la cultura de los pueblos y en el entorno natural una posibilidad de negocio.
- Muchos se englobarían en lo que se hemos denominado como técnicos y profesionales de las políticas del bienestar. Ejercen su labor en campos como la sanidad, la educación, la administración pública..., y se establecen en los pueblos únicamente por motivos laborales.

Hay que destacar como rasgo común de los nuevos pobladores, que ninguno de ellos se dedica de manera exclusiva a trabajos relacionados con la explotación de la tierra ni la ganadería. Mantienen un perfil más en sintonía con la estructura laboral y productiva de las ciudades. Es bastante común que estos nuevos pobladores vengan acompañados por sus parejas, por lo que no podemos decir que se trate de un hecho individual. En el caso de los retornados, también se da la circunstancia de que regresan con sus respectivas parejas, que traen del lugar al que emigraron.

Entre este conjunto de población, la satisfacción residencial es alta, en líneas generales se encuentran satisfechos con la vida que desarrollan en las comarcas que han elegido. Lo más interesante son las motivaciones que les llevaron a las áreas rurales, las más destacadas son las razones de tipo ambiental y ecológicas, seguidas por las cuestiones familiares y razones de tipo económico. La gran mayoría asocia el entorno rural con la mejora de la calidad de vida en distintos niveles; laboral, medio ambiental, social... El desarrollo de esta calidad de vida suele estar asociada a una gran conciencia de valores paisajísticos y ambientales en los que están inmersos los espacios rurales, despertando la conciencia ecologista en estas personas. Buscan sobretodo "calidad existencial" y a esto supeditan toda su estrategia de inserción en el medio rural (Pérez, Sánchez-Oro, Muñoz, 2007).

Este despertar en la conciencia ecológica y la transformación que ha causado en los pueblos, pueden ser fácilmente exploradas si nos fijamos en la cantidad y en la diversidad de proyectos que se han activado recientemente en las áreas rurales relacionados con el turismo rural, la agricultura ecológica, el agroturismo, el turismo deportivo y cultural, la artesanía, entre otros.

Estamos por tanto ante dos tendencias enfrentadas, por un lado, la despoblación de las zonas rurales y por el otro la llegada de nuevos pobladores que revitalizan estas áreas y generan cambios sociales. Muchos ven la llegada de los neorrurales como un revulsivo capaz de activar cambios sociales de amplio calado tanto a nivel local, como regional-nacional.

Observando los focos de interés de las políticas públicas con respecto al desafío demográfico y los rasgos profesionales de los neorrurales podríamos establecer algunas estrategias para generar cambios sociales que ayuden a mejorar el tejido social de los pueblos y haga emerger nuevos medios de vida para la población rural en general. Los principales motivos que expulsa a la gente de sus lugares de origen son los laborales y los estudios, pero si al menos los relativos a los laborales pudiéramos paliarlos desde los propios municipios, se podría incidir de manera positiva en los niveles de población.

José María Vicente, sociólogo.



Análisis del entorno rural

Según señala Julio Ransés, Inspector de Hacienda del Estado, para The Economy Journal la economía sumergida describe todas aquellas actividades económicas que se ocultan a Hacienda, y que por tanto, no computan ni en las cifras oficiales de la contabilidad nacional, ni en las declaraciones fiscales.

Las actividades no declaradas pueden ser tanto legales, cuyo objetivo es ahorrar en impuestos, como ilegales, en las cuales el objetivo es evitar una sanción penal, a la vez que eludir el pago de impuestos.

En este sentido la Comisión Europea estima que cada año en su conjunto pierde un billón de euros de recaudación tributaria a causa de la evasión fiscal, una cifra que equivale al producto interior bruto (PIB) de España. En el caso de España, los datos e informes existentes ponen de manifiesto que el fraude se sitúa sobre el 20-25%, lo que equivaldría a recaudar 72.000 millones de euros más cada año.

Por otro lado, Según datos del sindicato Comisiones Obreras (CCOO) la economía sumergida en algunas provincias de España se sitúa en torno al 80%. Con estos índices cerca de un millón de personas vienen a constituir un colectivo casi invisible para las arcas del Estado.

El sindicato también alertó de que los casi 800.000 trabajadores asalariados del campo y las 290.000 personas que quieren entrar en el sector constituyen un colectivo «invisible», tanto para las autoridades nacionales como para las europeas a la hora de decidir y tramitar la normativa que les afecta.

Como decía Sun Tzu en “El arte de la guerra”, conoce a tu enemigo y concóctete a ti mismo; en cien batallas, nunca saldrás derrotado. Si en esta guerra nuestro "enemigo - aliado" es el medio rural, debemos ser conscientes de que una buena estrategia pasa ineludiblemente por conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que nos ofrece el medio rural. O lo que es lo mismo, debemos hacer un análisis del entorno y crear un DAFO.

Creación de un DAFO

El análisis DAFO de un proyecto o empresa permite diseñar la estrategia para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Se trata de un mapa a través del que se establecen las **Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades** de la organización. Un análisis interno y externo del entorno en el que se desarrolla la actividad para mejorar su rentabilidad, funcionamiento y posicionamiento en el mercado. Es una herramienta fundamental para conocer la situación a partir de la que se trazará la estrategia empresarial futura.

¿Cómo se hace un DAFO?

El modelo se puede aplicar a cualquier sector, tipo de gestión o área de negocio. El primer paso es describir la situación actual para después identificar las acciones o cambios que han de llevarse a cabo. Se trata de un diagnóstico estratégico. Lo inicial será fijar el objetivo principal y los objetivos que son secundarios, después hay que desarrollar todo el análisis para trazar la estrategia más adecuada en función de los fines que se quieran conseguir.

Análisis interno: debilidades y fortalezas

En el estudio interno, el objetivo es encontrar las debilidades y las fortalezas que tiene el medio rural o la idea de negocio que queremos plantear: las primeras para corregirlas y las segundas para impulsarlas. Para ello se estudian diferentes variables:

- **Producción:** se analiza la capacidad que tendrá nuestra empresa o el medio de producir sus servicios o productos, los costes, la calidad y la innovación.
- **Marketing:** se estudian las líneas y gamas de los productos, la imagen que se tiene, el posicionamiento, la cuota de mercado, la publicidad, los precios, las ventas, la distribución, el servicio al cliente y las promociones.
- **Organización:** se estudia la estructura de la compañía, la cultura empresarial, la jerarquía, el proceso de dirección y el de control
- **Recursos humanos:** se analiza el proceso de selección del personal, la formación que se realiza, la política de motivación, de rotación o de remuneración que hay establecida.
- **Finanzas:** Se engloba la rentabilidad, los recursos, el endeudamiento y la liquidez de que dispone la empresa.

Análisis externo: amenazas y oportunidades

El análisis externo es el que se refiere al entorno empresarial de la compañía o el medio rural. Incluye todos aquellos aspectos que no dependen directamente de la empresa/entorno pero que le afectan. Las áreas que abarca el análisis externo son:

- **Mercado:** se define el público de la empresa, la evolución de la demanda
- **Sector:** la detección de las tendencias que permitan obtener nuevas oportunidades de negocio, se estudiarán tanto las empresas como los proveedores, distribuidores, clientes y fabricantes
- **Competencia:** analizar la competencia permite situar la empresa en el mapa y averiguar cuál es su posicionamiento en función del de otras compañías, los precios que se ofrecen, el tipo de productos o la distribución que realizan.
- **Entorno:** se incluyen todos aquellos aspectos que son ajenos a la organización pero que le influyen directamente, como son variables económicas, legislativas, sociológicas, tecnológicas o políticas.

Una vez elaborada la matriz del DAFO se define una estrategia que le permita aprovechar las oportunidades detectadas, corregir las debilidades, conocer la competencia y preparar la organización para enfrentar las amenazas que se le presenten. Los objetivos que se fijan han de jerarquizarse en función de las prioridades y deben ser reales, consistentes y cualificables.

Las estrategias más comunes son: defensiva, ofensiva, de supervivencia o de reorientación. En función de la situación y de los fines que se deseen conseguir.

- **Defensiva:** estamos preparados para hacer frente a las amenazas que se le presenten, esto incluye diferenciarse de la competencia si ha perdido el liderazgo, reducir la cuota de mercado, maximizar y proteger la rentabilidad de los clientes.
- **Ofensiva:** estamos en condiciones de atacar, de crecer y de mejorar nuestra posición en el mercado.
- **Supervivencia:** nos enfrentamos a una serie de amenazas externas y precisamos organizar bien las fuerzas internas, mantener actitud prudente que permita administrar los recursos hasta que se asienten los cambios que se puedan producir.
- **Reorientación:** el objetivo es la búsqueda de nuevas oportunidades y para ello conviene tener la preparación adecuada.

Claves para realizar un buen diagnóstico estratégico

1. Sencillez, personalización y concreción.
2. Visión general de toda la compañía o área objeto de estudio.
3. Dedicación a su preparación para conseguir que sea relevante y aporte toda la información que se precisa.
4. Ha de ofrecer un estado de la situación del momento en que se ha hecho, es un punto de partida sobre el que se tomarán después las decisiones.
5. Es posible que una misma idea aparezca en más puntos, ya que a veces lo que se presenta como una amenaza también puede ser una oportunidad para el negocio.
6. Realizar distintos análisis en el tiempo para comprobar la evolución que se consigue con los cambios o estrategias implementadas, solo así la empresa sabrá si el camino es el correcto y si obtiene un retorno adecuado de la estrategia fijada.
7. Centrarse en conceptos concretos y no abstractos.
8. Revisar bien las conclusiones y comprobar que no se contradicen y que tienen sentido.

Ejemplo de DAFO con el medio rural

DEBILIDADES

- Falta de recursos
- Malas comunicaciones

AMENAZAS

- Despoblación
- Menores nichos de mercado

FORTALEZAS

- Mayor calidad de vida
- Mejor personalización de la oferta

OPORTUNIDADES

- Menor competencia
- Ayudas de fomento del empleo rural

¿Qué es lo que buscas?

TRES MODALIDADES: AUTOEMPLEO, EMPLEO POR CUENTA AJENA Y EMPLEO PÚBLICO

Una vez realizado nuestro análisis DAFO, elegimos la modalidad por la que nos vamos a decantar: autoempleo, empleo por cuenta ajena o empleo público.

El **autoempleo** o trabajo por cuenta propia es el que realiza un trabajador autónomo que desarrolla una actividad profesional de forma habitual a cambio de dinero sin un contrato laboral que le vincule a ninguna empresa. El autoempleo está cobrando especial importancia y reconocimiento en estos últimos años. Se fomenta el espíritu emprendedor y la necesidad de fomentar esa cultura emprendedora empezando en los estudiantes y los jóvenes.

Ventajas del autoempleo:

- Ser tu propio jefe
- La conciliación familiar suele ser más fácil
- Mayor flexibilidad horaria
- Desarrollo de la imaginación y la creatividad con mayor libertad
- Los beneficios de tu trabajo son tuyos
- Satisfacción y desarrollo personal
- Ahorro en tiempo y dinero en desplazamientos

Dificultades del autoempleo:

- Se requiere una mayor capacidad de organización y disciplina
- La responsabilidad es totalmente tuya
- Existe un riesgo económico que debes asumir
- Suele requerir un aprendizaje constante y en ocasiones reinventarse frente a la competencia.
- A veces la flexibilidad horaria se traduce en largas jornadas laborales.
- Mayor responsabilidad implica una mayor preocupación por el negocio.

El **trabajo por cuenta ajena** podría considerarse una forma de trabajo tradicional, en el que un empleado realiza las tareas y obtiene los ingresos estipulados a partir de una relación contractual con el empresario. Ha sido el tipo de trabajo mayoritario hasta que algunas circunstancias motivadas por la crisis económica, por un lado, y los avances tecnológicos y cambios sociales, por otro, han hecho aumentar también los trabajos alternativo.

Ventajas del trabajo por cuenta ajena:

- Seguridad laboral y económica
- Despreocupación después del trabajo
- Menor carga de responsabilidades
- Estabilidad
- Comodidad
- Trabajo en equipo

Dificultades del trabajo por cuenta ajena:

- Ausencia de libertad
- En la mayor parte de los casos se cobra un sueldo fijo mensual, sin incentivos ni beneficios.
- Es necesario amoldarse a los horarios
- Debes rendir cuentas a un jefe.
- No puedes elegir con qué personas trabajas

La modalidad de **empleo público** recoge a todos los trabajadores de la Administración Pública Española, que pueden ostentar cargos en las diversas áreas o ramas de este sector. Este empleo suele ser de carácter indefinido y se accede a él mediante la realización de pruebas estipuladas por los organismos públicos.

Ventajas del empleo público:

- Suele ser un trabajo indefinido
- Otorga una mayor estabilidad económica
- Jornadas laborales más corta
- Mejores convenios con días libres y más vacaciones

Dificultades del empleo público:

- Se quiere la aprobación de pruebas de conocimiento
- A determinadas personas le puede parecer tedioso
- Menores incentivos que en la empresa privada

Llegados a este punto, con la información obtenida hasta el momento, ya debemos hacernos una idea del futuro laboral al que pretendemos aspirar. En ese sentido, puede ser útil que nos planteemos algunas cuestiones como:

- **¿Quiero ser una persona empleada por alguien ajeno?**
- **¿Tengo la suficiente motivación para ser emprendedora?**
- **¿Para qué estoy mejor capacitada?**

Tener claro al menos la modalidad que querríamos elegir es importante aunque, por desgracia, todo nuestro futuro laboral no dependerá solo de nosotros, sino que existen unos factores externos que nos afectan directamente. Es por eso que resulta tan importante conocer el entorno en el que nos movemos y todos los recursos que se explican en esta Guía.

Trabajar por cuenta ajena

ELABORAR UN CURRÍCULUM

Cuando nos decantamos por la modalidad de trabajo por cuenta ajena debemos ser conscientes de que el éxito o no de conseguir un empleo depende en última instancia del empleador o de la persona que nos hace la entrevista. A veces tenemos solo unos minutos para convencer a esa persona de que somos el candidato ideal para el puesto y por ello debemos cuidar cada detalle. No tendremos una segunda oportunidad para generar una primera buena impresión.

El currículum vitae (CV) no es solo nuestra tarjeta de visita, es nuestra principal herramienta para conseguir trabajo y está comprobado que solamente los CV que logren captar la atención del empleador lograrán pasar al segundo paso del proceso de selección: la entrevista de trabajo. Por este motivo, al redactar el modelo de CV debemos tener en cuenta a la persona que lo va a recibir y leer.

Cómo hacer mi primer curriculum:

Cuando se trata de un CV de primer empleo, sin experiencia o uno de estudiante la información principal debe referirse a estudios cursados o en curso. Es importante destacar, a ser posible, promedios altos, premios y, en su caso, cursos de postgrado, becas y todos aquellos datos que den cuenta de la formación y capacitación de una persona. Al plantearnos cómo hacer un buen ejemplo de CV sin experiencia laboral, no debemos olvidarnos que es posible tener éxito mostrando en el curriculum que contamos con ganas y entusiasmo para trabajar, que todo lo demás se aprende. Estas ganas de aportar y superarnos las podemos reflejar también en nuestro CV o carta de presentación compensando el hecho de ser un candidato con un CV sin experiencia laboral.

Pasos para hacer un currículum vitae eficaz:

1. *Resalta tus habilidades y experiencias en tu Curriculum*

Es importante destacar y hacer énfasis en tus principales competencias y experiencias laborales a la hora de realizar tu Curriculum Vitae. Detalla las actividades realizadas ordenándolas cronológicamente. Escribe los programas manejados y tu nivel de conocimiento. Coloca títulos claves que describan muy bien la posición que ocupabas (muchos de los reclutadores leen este título antes de ver las misiones realizadas) puedes utilizar otro color para destacarlos.

Muy importante es tener capacidad de adaptar tu CV y tu carta de presentación para cada oferta laboral o elabora diferentes versiones de Curriculum Vitae que respondan a los cargos a los que postulas, sin mentir.

2. Tener un Curriculum diferenciador

Un buen CV debe ser único, sencillo y original. Un buen complemento es añadir el enlace de tu currículum on line, si lo tienes, o acceso a un posible videocurrículum. Puedes incluir toda la información que consideres importante. Solo contenido de calidad.

3. El Curriculum Vitae perfecto en una página

Lo ideal es tener un CV en una sola página. Sin embargo, en algunos casos, un CV de dos páginas puede ser aceptable, sobre todo si tienes mucha experiencia profesional en el sector. Si eres estudiante o joven con experiencia entre 5-6 años, un CV de una página es el indicado para ti. De esta manera, evitarás que el entrevistador se ahogue con tanta información y lo ayudarás a centrarse en la información que destaca tu perfil. Es importante incluir los puntos claves dentro de tu Curriculum Vitae y dejar los detalles para tu primera entrevista.

4. Especifica para cada puesto ocupado, las misiones y las tareas realizadas

Gracias a esto, el entrevistador podrá hacerse una idea de tus habilidades y conocimientos, qué has realizado en cada una de las misiones y que te han permitido lograr tus objetivos laborales. Estas misiones deben ser concretas. Describe tus tareas y tus logros realizados que puedan ser relevantes y esenciales para la posición que deseas ocupar y a la que estas postulando.

5. Sé honesto

Si mientes en un CV tarde o temprano se sabrá lo que realmente sabes. Ten en cuenta que todo lo mencionado puede ser objeto de preguntas por parte del entrevistador. Evita mentir, puedes embellecer la información que se encuentre dentro de tu CV, pero sin exagerar la información.

6. Adjunta elementos diferenciadores en tu curriculum

Adjuntar un enlace hacia tu blog personal, un QR code hacia un vídeo o hacia tu portafolio, pueden ser elementos decisivos a la hora de elegir un candidato. No dudes en sacarle provecho en tu Curriculum y adjuntar todo lo que consideres necesario, siempre y cuando su contenido sea fácil de leer y contenga una buena estructura.

7. Especificar el nivel de tus habilidades

Indicar tu nivel de idiomas, uso de programas, etc., permitirá al entrevistador tener una visión más concreta de tus habilidades y de tu nivel de uso. Estos elementos pueden hacer la diferencia con respecto a los otros candidatos que están postulando al mismo trabajo que tú.

8. Información de Contacto

Parece obvio, pero muchos lo olvidan. Indica tu correo electrónico, teléfono, Skype, LinkedIn... y otros medios de contacto para que puedan tenerte al tanto del proceso de selección.

9. Curriculum Vitae en formatos internacionales

Realiza un buen Curriculum que pueda ser exportado en formato Word o PDF. Esto es muy importante, ya que estos son los formatos más utilizados y demandados por los entrevistadores.

VIDEOCURRÍCULUM

Tu videocurrículum puede ayudarte a reflejar algunas aptitudes que quizás no puedes llegar a mostrar frente a tu entrevistador: la creatividad, confianza en ti mismo, riesgo, decisión, habilidades sociales, tus dotes comunicativas, nivel de idiomas. Es diferente y original. También hay otras muchas ventajas que nos trae el videocurrículum: su fácil difusión, genera un vínculo emocional y es altamente viralizable.

Consejos para crear un Videocurrículum

- **Crea un guión**

Como en toda obra audiovisual, un guión es la base de nuestra creación. Coge papel y boli y comienza a estructurar lo que quieres decir en tu videocurrículum.

- Presentación:* En 15 segundos tienes que contar ante cámara quién eres, qué haces y qué tipo de trabajo estás buscando.
- Experiencia Profesional:* Cuenta tus experiencias destacables. Resume muy bien esta parte.
- Formación:* Cíñete a comentar el último título que has obtenido.
- Información Adicional:* La parte más desenfadada, puedes mostrar tus habilidades sociales contando tus hobbies. Véndete en la última frase. Respondiendo a ¿Por qué tú y no otro? y finaliza con tus redes sociales.

- **Sé original**

No tengas miedo a ser creativo. La creatividad es la que te va a diferenciar del resto. Resulta mucho más impactante una buena idea que la propia calidad del vídeo. Sé realista y piensa muy bien qué quieres mostrar y cómo lo puedes hacer.

- **Un videocurrículum claro y conciso**

El contenido va a ser la clave de tu vídeo. Te vas a vender, tú eres el producto y de ti depende que te contraten con la ayuda de tus habilidades comunicativas. De nada sirve copiar tal cual tu currículum impreso ante cámara, esta no va a ser la finalidad. Trata de contar lo más posible de forma muy ordenada y sin excederte a más de tres minutos. No aburras, trata de mostrar quién eres, qué haces y cómo trabajas de forma amena, sencilla y limpia.

- **Enlaces a tus redes sociales**

Es vital que finalices el vídeo incluyendo los enlaces a tus redes sociales, sobretudo LinkedIn, ya que si están interesados podrán indagar algo más en tu perfil y comunicarse contigo. El responsable de selección tiene que tener acceso a tu contacto lo más fácil posible. Si el vídeo lo vas a subir a Youtube, utiliza la función de etiquetas para que puedan acceder a cualquier información adicional que quieras mostrar.

- **Cuida tu imagen**

Damos por hecho que una buena primera impresión es importante. Arréglate como si fueras a una entrevista de trabajo. Cuida el vestuario, maquillaje y el pelo. Una imagen cuidada de ti, denota organización, profesionalidad y buena impresión.

- **Cómo hablar ante la cámara**

No tengas miedo a ponerte delante de la cámara. Seamos positivos, no vas a tener que responder preguntas sorpresa. Aquí van algunos consejos:

- Habla frente a una persona no frente a una cámara, piensa que el que está detrás de la cámara es una persona y esa persona tiene sensaciones y emociones.
- Sé sincero, tu cara es el reflejo de tu mente. Si mientes aunque no te des cuenta, el cuerpo envía una serie de gestos que denotan inseguridad e imprecisión.
- Cuida el tono y el vocabulario. Y sobretodo sé positivo.
- Respira y habla pausado. No corras, debes llevar un ritmo.
- Sé muy claro con las ideas. Cuenta tu historia como si fueran párrafos.
- No dudes en enseñar lo bien que lo haces hablando otros idiomas. Puedes reflejar que tu nivel de inglés no es medio.
- Cuida la comunicación no verbal. Tu postura y gestos van a ser primordiales. Sonríe y no sean muy brusco con tus movimientos. No cruces los brazos.
- Ensaya y vuelve a ensayar delante de un espejo.
- Trata de grabar en solitario o con una persona de confianza. Debes estar lo más relajado y tranquilo posible.

CONSEJOS PARA UNA ENTREVISTA DE TRABAJO

Cuando estás inmerso en un proceso de búsqueda de empleo, llega el momento decisivo: el día que te llaman para hacer una entrevista de trabajo. Entonces, debes tener claro qué datos conseguir en esa llamada antes de colgar:

- Nombre de la persona de contacto y su teléfono
- Día, hora y dirección de la cita
- Empresa y departamento que te convocan
- Tipo de entrevista que te van a hacer
- Nombre del entrevistador.

A partir de esta información, todos los datos que puedas obtener sobre el puesto vacante te ayudará a prepararte mejor tu entrevista. Aquí van algunos consejos:

1. Realiza una investigación previa

Lo primero de todo es que consigas el mayor número de información que puedas sobre:

LA EMPRESA: Busca información sobre la empresa en internet y mira todo lo que aparece sobre ella. Visita su web, fíjate en la historia de la marca, su misión, visión, valores, los servicios o productos que ofrece, qué estilo de comunicación utiliza y cómo es el equipo.

EL PUESTO: Intenta saber el departamento y los requerimientos para el puesto, las habilidades que solicitan, las funciones y las características del trabajo.

EL ENTREVISTADOR: Puede ser alguien de recursos humanos, una empresa de trabajo temporal o, directamente, el jefe o director del departamento. Búscalo en redes sociales y lee sobre él o ella. Esto te dará confianza.

2. Pregunta qué tipo de entrevista de trabajo te van a hacer

Las entrevistas de trabajo suelen durar unos 30 minutos. Antes de acudir a la cita, te conviene saber qué tipo de entrevista te van a hacer. En general, hay dos opciones:

- **Individual.** Estás tú solo con el entrevistador y la conversación que mantienes puede ser:
 1. *Dirigida.* Te hacen un cuestionario que incluye las mismas preguntas para todos los candidatos. La clave es que seas claro y breve en tus respuestas.
 2. *Libre.* La persona que te entrevista te deja libertad y está abierta a que le hables de tu experiencia siguiendo las pautas que tú vayas marcando. La charla se desarrolla de una manera más fluida, sin un guión predeterminado. En este caso, lo más aconsejable es contar tu trayectoria en orden cronológico, destacando tus fortalezas y dejando claro qué puedes aportar a la empresa.
 3. *Mixta.* Este modelo de entrevista es bastante habitual. Es una mezcla entre la primera y la segunda. Hay un cuestionario base con preguntas cerradas pero, a la vez, te dejan espacio para que lleves el discurso a tu terreno y tomes la iniciativa.
- **Grupal.** Te reúnen con varios candidatos y os plantean una situación para que la resolváis juntos. El seleccionador se fija en aspectos como la capacidad de trabajo en equipo, liderazgo, la comunicación, la relación interpersonal y las habilidades de cada uno.

3. Modifica tu CV y perfil de LinkedIn

Se supone que cuando te llaman para la entrevista de trabajo es porque previamente han visto tu CV y les ha gustado. No obstante, te conviene ir a la cita con el currículum actualizado en papel o en PDF. Cuando tengas datos concretos sobre la empresa y el puesto para el que te llaman, retoca y adapta tu currículum destacando la experiencia y habilidades que más encajan con lo que buscan. Una de las primeras acciones que va a hacer el seleccionador de personal de la empresa que te llama es buscarte en LinkedIn. Te conviene tener tu perfil completo, actualizado y estar activo en la plataforma.

4. Repasa tu trayectoria profesional

Durante la entrevista, los nervios pueden hacer que olvides algo importante. Para evitar que esto ocurra, revisa previamente tu trayectoria, fíjate bien en todos los datos de tu currículum y marca los trabajos que te interese destacar más. No lo dejes a la improvisación. Cuando lo cuentes durante la entrevista hazlo en orden cronológico y de forma amena utilizando la técnica del storytelling e introduciendo alguna información más personal.

5. Prepara tu Elevator Pitch

El Elevator Pitch es un discurso, de unos dos minutos como mucho, donde te presentas, destacas tu especialidad, tus fortalezas y dices qué puedes aportar. Después de prepararlo es conveniente ensayarlo un par de veces delante de alguien de confianza.

6. Haz una lista de posibles preguntas y practica las respuestas

Piensa en posibles preguntas que pueden hacerte y ensaya las respuestas, solo o delante de alguien de confianza. Esto te da tranquilidad y hace que vayas más seguro. Cuando te pregunten, escucha atentamente lo que te proponen y no te precipites. Intenta que tus respuestas estén siempre orientadas al puesto de trabajo al que optas.

7. Lleva pensada tu reacción a preguntas comprometidas

Es posible que haya alguna pregunta difícil y comprometida que debes responder con diplomacia pero también de forma sincera. Debes prepararlo. No contestar no es la mejor solución porque pueden pensar que ocultas algo. Ante temas como la religión, la política, la sexualidad o asuntos íntimos siempre puedes decir que “no crees que esos temas sean relevantes para el puesto”.

Ejemplos:

- ¿Cuales son tus puntos débiles?

Esta pregunta es bastante frecuente. No destagues debilidades que puedan suponer un problema para ese puesto de trabajo. Elige algún punto débil que visto desde fuera no parezca tan grave.

- ¿Has estado alguna vez en paro? ¿Cuánto tiempo?

Interesa ser sincero, aunque suavices tu respuesta y le des una vuelta a la realidad. Puedes decir que sí, pero también puedes contar cómo aprovechaste ese tiempo (cursos, otras entrevistas de trabajo, colaboraciones puntuales...). Si haces referencia a la difícil situación laboral que hemos vivido y, además, demuestras que en ningún momento te has quedado “parado”, la impresión que causas es positiva.

- ¿Por qué te despidieron?

Prepara una respuesta profesional para esta pregunta y, sobre todo, transmite motivación e ilusión ante los nuevos retos. No dejes ver que estás tocado anímicamente ni critiques la decisión de tu antigua empresa, jefe o compañeros.

8. Elabora una lista con las dudas que tengas

Escribe un listado con todas las dudas que te surjan sobre el trabajo y la empresa. En la entrevista si ves el momento adecuado para hacerlas, puedes sacar el papel y leerlas tranquilamente.

No preguntes a la primera de cambio por el horario, el sueldo, las vacaciones o el tipo de contrato. Es mejor que esos temas los saque el entrevistador. Eso sí, lleva pensadas las condiciones en las que quieres trabajar y el rango económico que te gustaría cobrar por si te lo plantean.

9. Piensa con cuidado la ropa que vas a llevar

Con la ropa, los accesorios y el peinado estamos comunicando datos sobre nosotros. Muchas veces, la primera impresión que causamos es determinante, así que mejor no jugársela. Este apartado depende mucho del sector en el que te muevas. De todas maneras, en términos generales, lo mejor es evitar los elementos que distraigan la atención del otro (complementos muy exagerados o que hagan ruido, tatuajes llamativos, exceso de maquillaje...) y optar por un estilismo sencillo.

Añade la puntualidad a la cita y llegar descansado. La sonrisa y la cordialidad son tus aliados en una entrevista de trabajo. Cuando te encuentres con la otra persona, a no ser que ella se disponga a saludarte con dos besos, lo normal es que os deis un apretón de manos.

10. El lenguaje no verbal

Dirígete al entrevistador por su nombre, eso indica que te has tomado la molestia de preguntar y recordarlo. Si el seleccionador te tutea y es de tu edad o más joven que tú, lo normal es que tú hagas lo mismo. Pero si no, por educación, debes tratarlo de usted. Cuando te sientes, hazlo con una postura recta y los dos pies apoyados en el suelo, mejor que con las piernas cruzadas. Las manos deben estar al alcance de la vista del entrevistador. Usa los brazos para apoyar y reforzar lo que cuentas, pero cuida los gestos exagerados. Si te mueves demasiado puedes transmitir o provocar nerviosismo. Y mira siempre a los ojos, transmite seguridad.

11. Escucha con atención y no interrumpas al entrevistador

Desde el primer momento debes estar pendiente, con todos los sentidos activados, para que no se te pase nada por alto. Estar despierto y concentrado es muy importante. No te preocupes, que en algún momento tendrás la ocasión de contar lo que te habías preparado. Cuidado con hablar demasiado deprisa. Tómate las cosas con calma, piensa cada respuesta e intenta ir al grano.

12. Utiliza un lenguaje sencillo y positivo

Habla de forma sencilla y positiva. No utilices un lenguaje excesivamente técnico, sobre todo si la persona que te entrevista es de recursos humanos o de una empresa de trabajo temporal. Pero recuerda que ser natural y usar un lenguaje sencillo no significa recurrir a expresiones demasiado casuales o coloquiales. Tampoco digas que estás nervioso o que necesitas el trabajo, ni hables de tus debilidades o puntos más débiles. Palabras como «no», «odio» o «nunca» están prohibidas en una entrevista. No contestes con monosílabos, no favorece.

13. Sé sincero, no mientas

No debes fingir lo que no eres. Si te están preguntando por algo que desconoces o te están pidiendo una experiencia que no tienes, no pasa nada por reconocerlo, pero siempre con una actitud positiva. Muéstrate educado, es importante decir «por favor», «gracias», no ir a la entrevista con chicle en la boca, quitarte las gafas de sol o el gorro y silenciar o apagar el móvil. No te marches sin preguntar cómo continúa el proceso de selección y agradece que te hayan llamado para hacer la entrevista.

14. Cuida tu presencia online

Actualmente, y cada vez más, Internet es la mejor plataforma para encontrar buenas oportunidades laborales, ten presencia en las principales redes sociales (Linkedin, Twitter, ...), sé activo y sociable en ellas, amplía tu red de contactos y cuida tu presencia online.

CARTA DE PRESENTACIÓN

En tu búsqueda por destacar frente a otros candidatos deberás aprovechar cualquier herramienta que llame la atención del entrevistador por eso es importante redactar una breve carta de presentación donde expongas de manera resumida tus mejores logros o habilidades, destacando las relacionadas con el puesto de trabajo. Personaliza la carta dirigiéndola a la empresa, a veces basta con cambiar el logotipo de la compañía y algún dato más. Explica éxitos o peculiaridades propias de tu vida, tus gustos sin extenderte, relación con alguna ONG, voluntariados, proyectos de emprendimiento rural o cualquier iniciativa local que fomente la mejora de tu entorno. Haz un relato de tu CV sin copiar la misma información. Que sea cercana pero formal.

PLATAFORMAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

Internet es el medio más utilizado para la búsqueda de empleo y son muchas las páginas web con ofertas de trabajo disponibles en la red. El proceso es bastante sencillo y eficaz. A continuación explicamos algunas de las más conocidas que podrás utilizar gratuitamente:

INFOJOBS

(www.infojobs.net)

En España es la página más popular y versátil a la hora de encontrar empleo. Estos son los puntos fuertes que hacen de esta web una de las preferidas para quienes quieren buscar trabajo:

- Puedes hacer seguimiento de cada oferta a la que hayas optado, cómo evoluciona, quién ha visto tu CV, si han descartado tu candidatura o si sigues adelante.
- Permite gestionar varios currículums desde un mismo perfil
- Permite crear varias cartas de presentación y optar por una u otra según las características del puesto al que optes o el perfil de la empresa.
- En tu perfil podrás enlazar todas tus redes sociales
- Además podrás enlazar a tu blog u otro sitio web. Este recurso es ideal para algunos perfiles como periodistas o diseñadores gráficos.
- Ofrece alertas con ofertas laborales que encajan con tu perfil.
- Cuenta con un apartado para freelance para profesionales que trabajan por su cuenta.

LINKEDIN

(es.linkedin.com)

En realidad LinkedIn como tal no es un portal de empleo. Es una plataforma social imprescindible para todos los profesionales que están buscando empleo. Antes funcionaba solo como una red donde los profesionales iban a encontrarse, a ampliar su red de contactos y a publicar contenido específico. Ahora es el lugar donde muchas empresas publican sus empleos disponibles.

- Simplemente navegando por la red recibirás muchas sugerencias de puestos de trabajo que coinciden con tus características.
- Una gran ventaja de esta plataforma es que te permite hacer una búsqueda directamente en la empresa que te interesa.
- Dispone de una sección de empleo donde podrás encontrar propuestas que se ajustan perfectamente a la configuración que hayas hecho de tu perfil.
- Debes estar en LinkedIn si estás en búsqueda activa o si quieres darle un giro a tu carrera.

MONSTER

(www.monster.es)

Lo más interesante es su herramienta BeKnown™, una aplicación de networking profesional de Monster para Facebook. Dispone de un blog de empleo y ofrece formación en conjunto con eMagister.

INFOEMPLEO

(www.infoempleo.com)

Descata su sección de Primer Empleo, ofertas de empleo internacional, un blog con muchos contenidos y formación interesante.

HACESFALTA

(www.hacesfalta.org)

Es una plataforma de carácter social con ofertas de empleo en el tercer sector y opciones de voluntariado en cientos de organizaciones sin ánimo de lucro. No dejes de valorar este sector como opción laboral ya que en los últimos años, más en el ámbito rural, las entidades sociales y de desarrollo están produciendo gran parte del volumen de negocio en España.

Otras plataformas de búsqueda de empleo:

- **Indeed:** www.indeed.es
- **Domestika:** www.domestika.org/es/jobs
- **Tecnoempleo:** www.tecnoempleo.com
- **beBee:** es.beebe.com
- **EmpleoMarketing:** empleomarketing.com
- **eCom & jobs:** www.ecomandjobs.com

BASES DE DATOS PARA BUSCAR EMPLEO

Aunque las plataformas de búsqueda de empleo son muy útiles para conocer qué demandan las empresas, tienen un gran inconveniente: la cantidad de personas que se inscriben en las oferta. Consigue que tu CV llegue correctamente a las empresas elaborando tu propia base de datos (BBDD) según tus preferencias y aspiraciones profesionales.

Aunque sea difícil de creer, las formas tradicionales aún continúan siendo muy exitosas. Enviar nuestro CV con una carta de presentación a las compañías de nuestro sector vía email, por correo ordinario o, incluso, de forma presencial continúa siendo una muy buena estrategia en la búsqueda de empleo. Según diferentes estudios, casi el 80% de las ofertas que se generan son ocultas, es decir, no se hacen públicas a través de Internet. Una de las ventajas que en ocasiones plantea el medio rural es que podemos llegar a conocer las ofertas de empleo antes incluso de que se produzca la vacante y debemos aprender a ver la oportunidad. Gracias a una buena base de datos podemos enviar nuestro CV a la persona indicada incluso fuera del periodo de selección, anticipándonos a una posible vacante que nosotros queremos cubrir.

A veces obtener la información de contacto de las empresas ubicadas en grandes ciudades es más complicado, ya que suelen ser reticentes a dar cierta información, sin embargo, en nuestra elaboración de la BBDD perfecta podemos ir desgranando las empresas una a una por municipios o ciudades más pequeñas donde el trato suele ser más cercano y la información más fácil de conseguir.

Los datos que debemos conseguir son:

- *Nombre de la empresa.* Muy importante, ya que en ocasiones no coincidirá con el nombre de la marca comercial y puede ocasionarte problemas a la hora de contactar con ella.
- *Dirección completa.* Para enviar tu CV y consultar su ubicación y otros datos de interés.
- *Teléfono y persona de contacto.* Podrás confirmar que tu solicitud ha llegado o pedir la dirección email del departamento en concreto con el que te quieres comunicar.
- *Otros datos y opciones.* Podrás segmentar tu base de datos incluyendo información comercial, jurídica o financiera que por algún motivo te interese.



Empleo público

¿CÓMO SE ACCEDE A UN EMPLEO PÚBLICO?

La Administración organiza una serie de pruebas para seleccionar a las personas que optan a sus ofertas de trabajo. Para presentarse a este proceso es necesario entregar previamente una solicitud en el Registro Telemático del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, en el Registro del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) o en los Registros de Delegaciones y Subdelegaciones del Gobierno. Las pruebas pueden ser:

- **Oposición:** una o más pruebas para demostrar la capacidad y aptitud de los aspirantes al puesto de trabajo y fijar el orden de prelación.
- **Concurso:** consiste en la comprobación y calificación de los méritos profesionales y en establecer el orden de prelación.
- **Concurso-oposición:** mezcla de los dos procesos anteriores que se combinan para establecer el sistema de prelación.

Para poder opositar es necesario cumplir unos requisitos que son:

- *Nacionalidad:* ser español o tener la nacionalidad de otro estado miembro
- *Edad:* es necesario tener cumplidos los 18 años y no superar la edad de jubilación forzosa.
- *Titulación:* dependiendo del cargo al que se quiera opositar. Sin embargo, hay en muchos casos en los que no es necesario tener ninguna titulación.
- *Capacidad:* no tener ninguna enfermedad o discapacidad física o psicológica que impida el desarrollo de las correspondientes funciones.
- *Habilitación:* no tener un expediente disciplinario de cualquier Administración Pública, trabajar en el mismo cuerpo o hallarse inhabilitado para el desempeño de funciones públicas.

Las pruebas de selección serán diferentes dependiendo del puesto de trabajo al que se opte. Podrán ser pruebas de tipo test o desarrollo, de conocimientos generales o específicos, y pueden incluir cualquier otro sistema para asegurar la objetividad del proceso selectivo.

BUSCADORES DE EMPLEO PÚBLICO

Las distintas administraciones: general, las regionales, los ayuntamientos, etc. publican sus ofertas de empleo público en sus Webs. De ahí que nuestro primer paso siempre debe ser ir directamente a la web oficial de la ciudad o municipio donde queramos buscar empleo para conocer bien el contenido de dicha Web, ver sus ofertas de empleo y conocer los proyectos futuros para poder anticiparnos a posibles ofertas de empleo público.

Algunos portales generales serán nuestros aliados y gracias al sistema de alertas podremos estar enterados de cualquier oferta nueva o convocatoria de empleo público que pueda surgir. Por este motivo, es necesario inscribirse o visitar frecuentemente algunas páginas como:

PUNTO DE ACCESO GENERAL (PAG)

www.administracion.gob.es

Constituye un punto único de acceso para el ciudadano a información de los Departamentos Ministeriales y Organismos públicos, así como a información sobre empleo público, ayudas, subvenciones, becas y normativa de interés.

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (SEPE)

www.sepe.es

Una vez que te has registrado puedes acceder a miles de ofertas de empleo tanto público como privado, así como informes de mercado y otros estudios de interés.

WEB DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

(Se muestran las siete comunidades autónomas con mayor pérdida de población entre 1998 y 2018 según el INE)

- Junta de Castilla y León: www.jcyl.es
- Gobierno del Principado de Asturias: www.asturias.es
- Junta de Extremadura: www.juntaex.es
- Gobierno de Aragón: www.aragon.es
- Xunta de Galicia: www.xunta.gal
- Gobierno de Castilla La Mancha: www.castillalamancha.es
- Gobierno de la Rioja: www.web.larioja.org

WEB DE LA DIPUTACIÓN

(Se muestran las diputaciones de las siete provincias con mayor pérdida de población entre 2000 y 2018 según el INE)

- Diputación de Zamora: www.diputaciondezamora.es
- Diputación de Palencia: www.diputaciondepalencia.es
- Diputación de Salamanca: www.dipsanet.es
- Diputación de Ávila: www.diputacionavila.es
- Diputación de Soria: www.dipsoria.es
- Diputación de Teruel: www.dpteruel.es
- Deputación da Coruña: www.dacoruna.gal

OTRAS VÍAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO PÚBLICO:

Existen otros canales o portales de búsqueda de empleo público, que pueden ser de ayuda en esta tarea. Así mismo, es posible encontrar ofertas de empleo público en los buscadores de empleo ordinario que hemos visto anteriormente. Algunas de las otras alternativas son:

- Boletín Oficial del Estado: www.boe.es
- Opositor: www.opositor.com
- Buscador de oposiciones: www.opobusca.com
- Buscardor de oposiciones: www.buscaoposiciones.com
- Canal trabajo: www.canaltrabajo.com

CONSEJOS PARA ACCEDER A UN EMPLEO PÚBLICO

Cuando alguien se plantea prepararse una oposición o concurso público el objetivo no será solo aprobar el o los exámenes, sino conseguir una plaza, por lo que es de vital importancia realizar una buena planificación y ser sumamente organizado para estar listo cuando se abra la convocatoria pública. En este apartado te daremos algunos consejos que te pueden llegar a facilitar tu acceso a un empleo público:

- Después de conseguir el temario que necesitas para la vacante a la que aspiras, realiza una buena planificación de horarios para que cada día puedas dedicarle al estudio al menos una o varias horas, según la proximidad de la fecha del examen. Lo ideal es ir incrementando progresivamente las horas de estudio.
- Busca un buen lugar de estudio. Acondiciona una sala de tu casa o ve a la biblioteca cumpliendo con el horario de estudio que te hayas marcado. Al mismo tiempo busca el material que necesitas para que nada te interrumpa cuando entres en materia. Consigue una buena provisión de bolígrafos, folios, subrayadores y un tablón de corcho puede serte útil.
- Establece metas diarias o semanales y utiliza tu tablón para organizar tanto las metas como los logros, así fomentarás tu motivación y te hará avanzar más rápido. Ponte metas realistas y cumple con tus propósitos diarios. Marca también en el tablón las fechas destacadas y los días libres.
- Mentalízate que prepararte una oposición o concurso público es una tarea ardua que requiere dedicación, disciplina y organización. Debes tomártelo como un empleo y cumplir un horario.
- Planifica simulacros de exámenes con el temario del que dispones. Posiblemente puedas encontrar en Internet algún examen, pero también podrás elaborarlo tú mismo.
- Sé disciplinado pero también flexible. La preparación será larga y debes evitar obsesionarte o correrás el peligro de rendirte antes de tiempo.
- Únete a algún foro, sindicato, grupo de conocidos opositores, etc. Estarás más informado y podrás ganar una dosis de motivación si te hace falta.
- Podremos estructurar la tarea de estudiar en seis fases:
 1. Haz una primera lectura de todo el temario.
 2. En una segunda lectura subraya las partes más importantes o más complicadas.
 3. Redacta resúmenes de cada apartado o por temas.
 4. Elabora esquemas para recordar palabras e ideas clave con relativa facilidad.
 5. Memoriza el contenido
 6. Repasa todo lo aprendido

EMPLEO POR CUENTA PROPIA

AUTOEMPLEO EN EL MEDIO RURAL

Ser emprendedor no es una condición innata de las personas, si bien hay determinados individuos que tienen mayor capacidad para realizar esta labor. Todos podemos aprender y reforzar las habilidades necesarias para realizar las tareas de creación empresarial en sus diferentes vertientes. Una persona que quiere emprender un negocio debe trabajar y potenciar las siguientes capacidades:

- Iniciativa
- Liderazgo
- Capacidad de riesgo
- Capacidad de trabajo y dedicación
- Paciencia
- Creatividad
- Capacidad de observación y de aprendizaje
- Seguridad

En estos años de despoblación creciente y de la casi desaparición de muchos núcleos rurales ha surgido como paradoja cierto incremento del emprendimiento rural. Una de las razones a destacar dentro de este movimiento es que la mayoría de la población vive en grandes ciudades con poco o nulo contacto con la naturaleza y en las que la sensación de agobio y de estrés puede llegar a ser realmente alarmante. La otra es la falta de alternativas a empleos de calidad y estables en las grandes ciudades, especialmente para los más jóvenes.

Queremos resaltar la necesidad de despertar la conciencia ecológica en la población rural. Generar esta sensibilización permitirá encontrar otros modelos de negocio relacionados con la ecología, terreno en el cual podemos tener la ventaja de ser conocedores de los ciclos vitales de la tierra y disponer de amplia experiencia en trabajos relacionados con el campo.

Como segundo aspecto a destacar, el emprendimiento o la participación en proyectos empresariales a escala local es imprescindible para generar puentes hacia otros modelos de empleo, ya que los actuales no satisfacen las necesidades de la población que sigue teniendo que trasladarse a las ciudades en busca de empleo. Está claro que hasta ahora las instituciones no han dado respuestas eficaces en materia de trabajo, por lo que promover la iniciativa individual es esencial para crear nuevas actividades laborales que se puedan desarrollar localmente.

SECTORES EN AUJE EN EL MEDIO RURAL

A continuación enumeramos algunos de los ámbitos especialmente significativos en el desarrollo rural que favorecen las oportunidades de negocio y la mejora en las condiciones de vida:

- Turismo rural, especialmente el ecoturismo
- Proyectos de producción de energía de origen renovable
- Comercio electrónico, mediante la valorización de productos autóctonos
- Servicios locales para favorecer un envejecimiento saludable, convirtiendo en una oportunidad los retos derivados de la longevidad

Algunos de los negocios que están en auge actualmente en el medio rural son:

- Organización de bodas, eventos, seminarios y reuniones en zonas naturales.
- Coworking y Business center. En la tarifa se incluye agua, luz, teléfono, internet, servicio de limpieza. Una solución para emprendedores y/o autónomos rurales a los que se les dificulta el acceso a la ciudad más próxima.
- Turismo rural y de aventura. Cada vez más se buscan actividades que experimenten de primera mano ese contacto con la naturaleza y suponga una dosis de adrenalina.
- Organización de campamentos y visitas de escuelas y granjas. Los niños y adultos establecen contacto con animales vivos y aprenden mientras ayudan en las tareas propias de una granja.
- Turismo ecuestre. El número de amante de los caballos no para de crecer. Tradicionalmente una opción elitista y cara, el aprender a montar a caballo o simplemente el placer de montar a caballo en la naturaleza, todo a un precio razonable, adquiere cada día más adeptos.
- Huertas biodinámicas o ecológicas. Las opciones son variadas: cultivo de diversos cultivos ecológicos o bien alquiler fracciones de tierra que tengan al huerto ecológico como objetivo. El público objetivo va desde comerciantes o dueños de restaurante que quieren ofrecer sus propios alimentos hasta gente común y corriente que encuentra en la jardinería o la agricultura una manera de combatir el estrés.
- Cultivo de setas. Un negocio interesante, de baja inversión y de creciente demanda.
- Mercado local con expositores de productores locales. Por lo general se realizan en pequeños núcleos rurales una vez por semana, como si de una feria vecinal se tratase.
- Clínica de salud rural. A primera vista una opción sorprendente pero este emprendimiento ofrece un gran servicio a los pueblos cercanos.
- Apicultura. Venta de miel ecológica, sin procesar.
- Criadero ecológico de gallinas, aves en libertad y alimentadas a base de maíz sin hormonas ni ningún medicamento.
- Cabañas para alquilar ya sea mediante el método de tiempo compartido o de cohousing.
- Tienda online de productos cultivados y elaborados en el establecimiento rural como mermeladas, huevos, conservas, fruta y verdura fresca y eco de reciente recolección.
- Salón de té con productos caseros. Se les agrega otros atractivos como actividades diversas y actividades para niños.

TELETRABAJAR EN EL MEDIO RURAL

El teletrabajo es uno de los grandes aliados del medio rural, ya que permite a una persona trabajar desde cualquier lugar en tareas que pueden realizarse, generalmente, gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El teletrabajo permite al empleado fija su residencia en el lugar que desee, no donde se encuentre su empresa o lugar de trabajo. Y puestos a elegir donde vivir, podemos elegir uno de los miles de pueblos que se están despoblando en nuestro país. En muchas ocasiones, las propias políticas de los ayuntamientos ofrecen casa de manera gratuita y un empleo con el único requisito de empadronarse y residir en ese pueblo.

Para que el teletrabajo o trabajo en remoto sea una realidad en los pueblos, es necesaria una buena conexión a Internet que permita el desarrollo de los negocios rurales de una forma global. En este sentido, la Unión Europea está trabajando en la creación de infraestructuras digitales y no digitales que alienten el crecimiento de los municipios y ciudades más envejecidas.

El teletrabajo en el entorno rural es una oportunidad que se dirige especialmente hacia los jóvenes más cualificados, quienes desarrollan trabajos en los que las TIC tienen un peso relevante. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en el conjunto de la Unión Europea, un 17% de los trabajadores y trabajadoras teletrabajan, cifra que en España se sitúa en el 6,7%. El teletrabajo, junto al emprendimiento rural, ofrece un impulso a las zonas más despobladas, además de ventajas al empleado y empleados, que resumimos en estos 10 puntos:

1. Puedes vivir donde quieras, sin importar donde esté la oficina.
2. Teletrabajar puede ser una excelente alternativa para mantener tu empleo cualificado actual pero trabajando desde un entorno más tranquilo (y económico).
3. Mejora la conciliación entre vida labora y personal y revitaliza social y económicamente los entornos rurales.
4. Ofrece mayor flexibilidad horaria, favoreciendo especialmente a algunos colectivos como el de las personas con discapacidad o movilidad reducida.
5. Puedes ahorrar tiempo y dinero si tu oficina está en tu propia casa.
6. Las herramientas de colaboración en línea ayudan a mantener el vínculo y a sacar proyectos adelante con independencia de donde se encuentren los miembros que forman el equipo.
7. Se retiene el talento valioso para el negocio y se reduce la rotación de personal.
8. El teletrabajo reduce los puestos de trabajo físicos y la necesidad de salas de reuniones o conferencias.
9. La Administración Electrónica es uno de los servicios de internet que más se ha desarrollado durante los últimos años lo cual fomenta el crecimiento y desarrollo del tejido empresarial y laboral en los ámbitos rurales.
10. Los grupos de acción local ponen a disposición de emprendedores y emprendedoras recursos a través de los cuales pueden disponer de ayudas para desarrollar sus iniciativas empresariales en el ámbito rural.

TERCER SECTOR Y ECONOMÍA SOCIAL

El **asociacionismo** generalmente provoca un acercamiento entre actores que se unen libremente para alcanzar objetivos comunes. Las asociaciones potencian la autonomía, ya que son órganos con una estructura democrática participativa; las decisiones son tomadas por los propios agentes que la conforman. Este tipo de democracia participativa genera espacios de autorregulación muy beneficiosos a escala local. Por eso trasladar este esquema de estructura participativa a proyectos de calado sociocultural en los pueblos daría lugar a un empoderamiento ciudadano, que favorecería la aparición de oportunidades de mejora en las condiciones de vida promovidas desde abajo hacia arriba.

De un modo similar al asociacionismo, se plantea el **mentoring intergeneracional** como estrategia que promueve la colaboración intergeneracional en distintos ámbitos para así activar mecanismos de intercambio de conocimientos que faciliten la integración de las personas con su lugar de residencia. En algunos sectores, como el mercado de trabajo, sería imprescindible tender puentes entre empresarios y profesionales senior con personas jóvenes para facilitar el emprendimiento y la inserción profesional. También la colaboración de abuelos y abuelas y de las personas mayores en general en el ámbito educativo y la actuación conjunta de personas mayores y jóvenes en tareas de voluntariado. Este tipo de interacción activa transferencias bidireccionales de saberes locales y conocimiento en el ámbito sociocultural y profesional que ayudaría a cohesionar a los jóvenes y mayores en su lugar de origen generando oportunidades y alianzas que de otro modo permanecerían ocultas.

El denominado Tercer Sector está formado por asociaciones, fundaciones y entidades de carácter social y ha tomado un gran impulso en los últimos años, llegando a facturar una parte importante del PIB de nuestro país. Actualmente se estima que existen alrededor de 29.000 entidades activas, con un total de 530.000 trabajadores remunerados (el 2,7% del mercado laboral) a lo que hay que añadir las más de 900.000 personas que realizan voluntariado. Estas cifras demuestran que el Tercer Sector se plantea como un ámbito interesante a la hora de buscar o generar nuevos empleos en el medio rural.

Dentro del Tercer Sector se encuentran también las Cooperativas, cuya fórmula se está extendiendo cada vez más en las zonas rurales con gran éxito. Una buena manera de buscar trabajo, cohesionar el territorio y repartir la riqueza es crear una cooperativa:

- con base democrática
- en la que lo importante son las personas que reparte los beneficios de manera igualitaria
- en la que tú puedes tomar las decisiones
- en la que puedes conciliar vida laboral y personal

Puedes introducirte en la formación de una cooperativa que te ayuda a desarrollar tu proyecto empresarial y compartir una filosofía de trabajo basada en la participación democrática, la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad y el compromiso con el entorno.

La cooperativa de trabajo es una empresa que se basa en el autoempleo colectivo y que desarrolla su actividad en cualquier ámbito de la economía. Los socios y las socias son al mismo tiempo trabajadores de la misma y la toma de decisiones se realiza de forma democrática. Es el prototipo de empresa con base social y solidaria. La cooperativa de trabajo constituye la forma más genuina de democratizar la economía, poniendo los recursos al servicio de las personas.

Cualidades más destacadas de las cooperativas de trabajo son:

- **Emprendimiento y dirección.** Las personas que trabajan en la cooperativa son al mismo tiempo las que dirigen la empresa
- **Eficacia.** Las empresas que ponen en manos de los trabajadores y trabajadoras los medios de producción
- **Igualdad y democracia** en la dirección. Son empresas con valores que promueven un cambio de modelo económico basado en la democracia y la participación
- **Sostenibilidad** del negocio. Es un modelo empresarial que representa la aplicación práctica del bien común a la economía
- **Desarrollo personal, familiar y social** del individuo. Sector económico que facilita la conciliación de la vida laboral, familiar y personal
- **Compromiso medioambiental y social.** Entidades sensibilizadas con el entorno en el que desarrollan su actividad y huyen de la economía especulativa
- **Cohesión del territorio.** Empresas que estimulan el desarrollo económico allí donde se implantan y generan empleo estable.

Crear una cooperativa de trabajo no tiene unos trámites muy exigentes, aunque si bien algunos de los requisitos exigidos pueden variar dependiendo de la comunidad autónoma de donde se creen y registren. Hay que destacar tres requisitos en general:

1. Solo se necesitan tres personas para crear una cooperativa
2. Cualquier actividad puede desarrollarse bajo la fórmula de cooperativas de trabajo
3. Se puede solicitar el pago único de la prestación por desempleo para crear una cooperativa

En el apartado de Plan de Empresa que se explica a continuación podrás ver un cuadro explicativo con las principales características de las Cooperativas. Esta no es más que una de las formas jurídicas que puedes darle a tu empresa, sin embargo, hemos considerado darle una mención especial en esta Guía por su carácter social y comprometido con el desarrollo local.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EMPRESA

El Plan de Empresa es un complemento que quiere esclarecer y precisar la información necesaria para crear una empresa. Es un documento de carácter general que debe recoger las peculiaridades sectoriales y de otros factores que también influyen de manera importante, como los sociales, los geográficos, etc. Las personas emprendedoras antes de poner en marcha su empresa deben definir, con la mayor precisión posible:

- Los medios de que disponen.
- Hacia dónde se dirigen.
- El camino que van a seguir.

Hacer un estudio exhaustivo previo a la creación de la empresa va a permitir a las personas emprendedoras conocer la realidad del sector, los futuros proveedores, competidores y clientes así como poner a prueba tus dotes de organización. El Plan de Empresa va a funcionar como guión, plan estratégico y meta a la que dirigir nuestra actividad. Además podrás usarlo como presentación externa de la empresa, que te será muy útil sobre todo a la hora de buscar financiación. Habitualmente, su presentación es obligatoria para la solicitud de ayudas, subvenciones o créditos.

Pasos previos para elaborar un Plan de Empresa

No existe un único guión del Plan de Empresa, pero para comenzar es recomendable recopilar toda la información posible sobre la actividad, sector económico, datos estadísticos, entorno económico y social, etc. Puedes obtener información de este tipo en fuentes como las guías de actividad empresarial, el Instituto Nacional de Estadísticas o revistas especializadas del sector donde se enmarcará tu empresa.

Identificación del proyecto empresarial

Se trata de relacionar todos aquellos datos que sean posibles sobre el proyecto de empresa. Debe indicarse al menos:

- El futuro nombre de la empresa.
- Explicación breve de la actividad a desarrollar. Este punto debe recoger de una forma resumida el origen y las características del proyecto, del sector de actividad en el que se encuadra el producto o servicio y sus ventajas competitivas y necesidades que cubre •
- Localización geográfica (provincia, municipio) donde estará la empresa
- Fecha prevista de inicio de la actividad
- Forma jurídica escogida, número de socios
- Número de personas implicadas

Descripción de las personas promotoras

Es importante dejar constancia de los datos principales que identifiquen y presenten a las personas promotoras del proyecto o futura empresa. Entre lo que tenemos que indicar destaca:

- Datos personales de los promotores del proyecto (nombre, N.I.F., dirección,...)
- Breve historial profesional de quien promueve la idea y su currículum. Este punto es fundamental para otorgar credibilidad a un proyecto.
- Formación, experiencia o habilidades de los promotores que favorezcan el éxito de la idea.

Descripción de la idea de negocio

Debemos ser capaces de definir nuestra idea de una forma clara y concisa. Una vez elegida y definida la idea de negocio y antes de entrar en el análisis pormenorizado de los siguientes puntos del plan de empresa es aconsejable que las personas promotoras reflexionen sobre una serie de aspectos y se respondan preguntas como:

- ¿Es una idea realista?
- ¿Es viable técnicamente?
- ¿Es viable desde el punto de vista económico?
- ¿Estás en condiciones de poder ponerla en práctica?
- ¿La rentabilidad que ofrece es suficiente para poder ponerla en marcha?

Realizar un breve estudio de mercado y análisis DAFO

En la primera parte de esta Guía desgranamos qué es un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y cómo se hace paso a paso. A la hora de crear un plan de empresa, realizar este análisis para estudiar el mercado es imprescindible y podrá ser decisivo a la hora de tomar uno u otro rumbo empresarial.

Este estudio debe contemplar un análisis interno, donde expresemos sobre todo nuestras fortalezas y nuestras debilidades; pero también un análisis externo con factores que no dependen de nosotros, las amenazas y oportunidades. En este último análisis debemos plasmar información sobre el entorno, los clientes, la competencia, la localización, los proveedores, etc.

Diseñar un Plan de Marketing

Elaboraremos una estrategia comercial para lanzar y diferenciar nuestro productos o servicios. Debemos recoger lo que en marketing se denomina las 4 "P":

1. Producto
2. Precio
3. Punto de venta o distribución
4. Publicidad o Comunicación

Plan de Producción

Tiene como objetivo hacer constar todos los aspectos técnicos y organizativos que intervienen en la elaboración de los productos o en la prestación de servicios. Deberás incluir en el plan de empresa los siguientes aspectos:

- Descripción de los productos o servicios
- Descripción detallada del proceso productivo.
- Equipos y recursos necesarios
- Cálculo del coste unitario del producto.
- Alternativas al proceso productivo.
- Descripción de los procesos de control de calidad, control de inventarios y procedimientos de inspección que garantizan mínimos costes y evitan problemas de insatisfacción en los clientes.
- Circuito de prestación de los servicios: fases que incluye, quién las va a realizar, etc.
- Cálculo del coste unitario del servicio.

Impacto medioambiental de la actividad

Es importante que en este punto se incluya un análisis sobre el impacto medioambiental de la actividad que se va a desarrollar. Se trata de analizar los efectos negativos sobre el entorno ambiental y humano de la actividad que se pretende poner en marcha y las medidas propuestas por la empresa prevenirlos, corregirlos y evitarlos.

Plan de Recursos Humanos

Este apartado del Plan de Empresa tiene como objetivo garantizar o corregir el funcionamiento de los diferentes departamentos de la empresa, así como una apropiada coordinación de los mismos. Para ilustrarlo, es muy interesante confeccionar el organigrama de la empresa por áreas de actividad que recoja las personas específicas que ocuparán cada puesto de trabajo. Aquí se puede recoger la políticas global de la empresa en áreas como la formación, la conciliación familiar, los horarios y vacaciones, promoción y ascensos, así como un plan de igualdad y otro sobre protección y prevención de riesgos laborales.

Elección de la forma jurídica

Una de las primeras decisiones a adoptar por la persona promotora o promotoras de una nueva empresa, una vez estudiado el Plan de Negocio y analizada su viabilidad, es la elección de la forma jurídica a adoptar, que puede ser una sociedad civil, una empresa de capital (SA, SL) o una empresa de economía social (sociedades laborales y sociedades cooperativas, principalmente cooperativas de trabajo asociado). Para su elección debemos tener en cuenta los siguientes datos:

- **Tipo de actividad** a ejercer
- **Número de personas promotoras**
- **Responsabilidad de las personas promotoras.** Este es un aspecto muy importante. La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado (cooperativa de trabajo, sociedades anónimas, limitadas...) o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio empresarial como al personal (autónomo, sociedad civil y comunidad de bienes).
- **Necesidades económicas** del proyecto. Deben valorarse los costes mínimos para la puesta en marcha (gastos de notaría, capital social mínimo a desembolsar... y otros gastos necesarios en función de la actividad).
- **Aspectos fiscales.** La diferencia fundamental entre unas sociedades y otras se encuentra en la tributación a través del IRPF en el caso de autónomos, sociedades civiles y comunidades de bienes o a través del Impuesto de Sociedades el resto de sociedades. En el IRPF se aplica un tipo impositivo progresivo que va elevándose según van incrementándose los beneficios. En el Impuesto de Sociedades se aplica un tipo fijo que será del 30 o del 35%, según los beneficios obtenidos. No obstante en función del tipo societario elegido el régimen fiscal aplicable puede beneficiarse de una serie de incentivos, como ocurre con los recogidos en la Ley 20/1990 de régimen fiscal de las cooperativas.
- **Régimen de la Seguridad Social** en el que se encuadran las personas socias y trabajadoras. Debe determinarse si las personas que integran el proyecto empresarial van a adscribirse al Régimen General de la Seguridad Social o en el de Autónomos.

Características de las principales formas jurídicas que puede adoptar una empresa

Tipo de empresa	Empresario individual	Sociedad Civil	Comunidad de bienes	Sociedad Anónima	Sociedad Limitada	Cooperativa de trabajo
Nº mínimo de socios	1	2	2	1	1	2 - 3
Responsabilidad	Ilimitada	Ilimitada	Ilimitada	Limitada al capital aportado	Limitada al capital aportado	Limitada al capital aportado
Capital mínimo	No hay	No hay	No hay	60.000€	3.000€	Según la legislación aplicable
Capitalización desempleo	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí
Régimen Seguridad Social	Autónomos	Autónomos	Autónomos	Régimen General o Autónomos	Régimen General o Autónomos	Régimen General o Autónomos
Fiscalidad	IRPF	IRPF	IRPF	Impuesto de Sociedades	Impuesto de Sociedades	Impuesto de Sociedades
Nº Personas asalariadas	No hay límite	No hay límite	No hay límite	No hay límite	No hay límite	Según la legislación aplicable
Normativa	Código Civil	Código Civil	Código Civil	Ley de Sociedades de Capital	Ley de Sociedades de Capital	Ley 27/1999 (Estatal). Leyes autonómicas

* Cuadro resumen de elaboración propia

Plan económico-financiero

El propósito de un plan económico financiero es avalar el potencial económico del proyecto empresarial o, en su caso, presentar alternativas viables de financiación para el mismo. Este plano reflejará:

1. Plan de inversiones iniciales
2. Amortizaciones
3. Plan de Financiación
4. Balance de Situación Inicial
5. Plan de ventas e ingresos
6. Plan de costes (variables, fijos y de personal)
7. Cuenta de Resultados
8. Previsión de Tesorería

1. PLAN DE INVERSIONES

En este punto, se trata de valorar y cuantificar la inversión de la empresa, y de decir lo que nos va a suponer económicamente la puesta en marcha. Para empezar, determina y valora todos aquellos **gastos de constitución** necesarios para la legalización de la empresa, como pueden ser honorarios de un notario, el Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados, inscripción en el Registro correspondiente (Mercantil, de Cooperativas), licencia municipal de apertura, etc.

A continuación, define los **bienes de inmovilizado**, que son los que permanecerán en la empresa, como terrenos y construcciones, instalaciones, maquinaria, mobiliario, transportes, equipos informáticos, etc. También se deben indicar los costes de propiedad industrial, patentes y/o marcas, gastos de traspaso del local, inversión en aplicaciones informáticas y depósitos o fianzas.

2. AMORTIZACIONES

Amortizar significa considerar que un determinado elemento o activo fijo de una empresa pierde parte de su valor por el mero paso del tiempo. Para calcular la cuota de amortización para un período determinado existen diferentes métodos (lineal o de cota fija, degresiva, progresiva, variable, acelerada, libre,) pero la que suele usarse es la amortización de acuerdo con las tablas que aprueba el Ministerio de Economía y Hacienda.

3. PLAN DE FINANCIACIÓN

En este punto hay que determinar la financiación con la se hará frente a las inversiones, es decir, de dónde va a salir el capital necesario para financiar el proyecto. Lo primero que hay que valorar es el capital, es decir, todos aquellos recursos propios, ya sean contribuciones en metálico o en especie (maquinaria, existencias...). Otro elemento es la financiación ajena, compuesta principalmente por los préstamos con entidades de crédito o particulares y las deudas a contraer tanto con los proveedores de inmovilizado como con los proveedores habituales de existencias.

Con respecto a las ayudas y subvenciones que puedes recibir de las diferentes administraciones, no deben incluirse en la inversión inicial, puesto que probablemente no contarás con ellas en el momento de crear a tu empresa.

4. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

El balance es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado. Se considera una representación integral del patrimonio de una empresa en un determinado momento, es decir, la representación por separado del conjunto de bienes y derechos poseídos por la empresa (activo) y del conjunto de obligaciones que tiene contraídas frente a los propietarios y frente a terceros, así como los recursos totales que posee una empresa (pasivo).

5. PLAN DE VENTAS E INGRESOS

Para elaborar una previsión de ingresos debes determinar primero una cifra de ventas posibles a partir del estudio de mercado que se realice y luego, aplicándole un precio fijado, determinar los ingresos brutos (incluidos costes) que va a tener la empresa.

6. PREVISIÓN DE COSTES (VARIABLES, FIJOS Y DE PERSONAL)

Una vez determinados los ingresos, tienes que calcular cuáles serán los gastos que va tener la empresa. Realmente no podemos establecer un orden cronológico, primero establecer los ingresos y luego los gastos o costes, estas tareas se realizan simultáneamente.

RESULTADO = INGRESOS - COSTES

COSTES VARIABLES:

Son indeterminados o generados por el proceso productivo de los bienes o servicios que ofrece la empresa. La mayoría de los casos los únicos gastos variables serán los generados por el consumo de existencias. Es el llamado coste de ventas o coste que tienen para la empresa las mercancías que luego se van a poner a la venta. Además del coste de las existencias y de las materias primas, dentro de los costes variables también están los de la subcontratación de la mano de obra externa, de transporte, los costes de envasado y de embalaje y cualquier otro coste que venga generado por el propio proceso de venta o de producción.

COSTES FIJOS:

Para elaborar una previsión de gastos fijos es necesario tener en cuenta los siguientes posibles costes como el alquiler, mantenimiento y reparaciones, los servicios de profesionales independientes, transportes, seguros, publicidad, suministros (agua, luz, teléfono y gas), gastos de personal: salarios y cotizaciones a la Seguridad Social, gastos financieros y amortizaciones.

Para diferenciar si un coste es variable o fijo puede servirnos de ayuda la siguiente reflexión:

- Si el coste aumenta o disminuye de acuerdo con el aumento o disminución de las ventas (de bienes o servicios) es un coste variable
- Si el coste no varía aunque lo hagan las ventas será un coste fijo.

7. CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS

Consiste en establecer la diferencia entre la previsión de ingresos y la suma de los gastos. Nos ofrece un resultado provisional que será de beneficios si es positivo y de pérdidas si es negativo. Esta previsión es básica a la hora de estudiar la viabilidad de la empresa. Dado que queremos hacer un análisis de viabilidad económica a medio y largo plazo, elaboraremos una cuenta de resultados anual pero también es muy recomendable que se haga una proyección de 3 años como mínimo y si es posible a 5 años, para ver las previsiones de evolución del negocio.

8. PREVISIÓN DE TESORERÍA

La previsión de tesorería es un documento que refleja los flujos monetarios (pagos y cobros) que generará la actividad. Esta previsión es básica para detectar posibles desfases entre cobros y pagos, lo que nos llevaría a descubiertos. Dado que queremos hacer un análisis de viabilidad financiera a corto plazo, elaboraremos una previsión de tesorería mensual.

Por un lado, se debe hacer una previsión de pagos, determinando el sistema de pagos de las compras (en efectivo, a plazos), vencimiento de impuestos, gastos mensuales, etc. Por otro lado, debe elaborarse una previsión de ingresos. Será necesario que se determine el sistema de cobro de las ventas, y determinar el crédito que se concederá a los clientes, así como el momento de cobro de otros ingresos o subvenciones.

Para finalizar, la diferencia entre las previsiones mensuales de cobros y de pagos, ofrecerá los saldos provisionales de tesorería para cada fin de mes (superávit si es positivo y déficit si el resultado es negativo), que os ayudarán a determinar la viabilidad financiera del proyecto.

AYUDAS AL EMPRENDIMIENTO

Una de las principales barreras a la hora de emprender es el miedo a realizar inversión inicial y la incertidumbre de no saber si la empresa tendrá o no éxito. Por este motivo, cada vez más, las administraciones públicas fomentan el emprendimiento a través de ayudas, premios y subvenciones para incentivar la creación de empresas y nuevos empleos. No importa la modalidad fiscal que elijas, porque siempre encontrarás distintas ayudas económicas a las que podrás optar a la hora de montar tu negocio. Lo más importante al inicio es conocer los lugares donde te pueden ofrecer la información actualizada de las convocatorias abiertas en cada momento. Enumeramos algunos de los organismos a los que debes visitar:

Punto de Atención al Emprendedor PAE

www.paeelectronico.es

Realizan un acompañamiento desde el inicio a cualquier persona que tenga interés en abrir un negocio, hacerse autónomo, crear una cooperativa, etc. Da la opción de realizar trámites de manera online, como darse de alta como autónomo, o participar en sesiones formativas como conocer el proceso de creación de una empresa. En esta Web también encontrarás un enlace directo a las ayudas y subvenciones que podrás encontrar según el sector en el que te muevas. Además podrás descargar de manera gratuita una Guía de ayudas e incentivos para la creación de empresas.

Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)

www.sepe.es

Ofrece información sobre el proceso de creación de una empresa así como un desplegable sobre incentivos y ayudas al emprendimiento como información sobre créditos financieros, ayudas por cada Comunidad Autónoma, incentivos a trabajadores por cuenta propia o autónomos, así como bonificaciones. También aquí podrás encontrar cómo acceder a incentivos y bonificaciones para la contratación de trabajadores, especialmente aquellos en situaciones más vulnerables como desempleados, mujeres mayores de 45 o personas con discapacidad.

Boletín Oficial del Estado y Boletines Autonómicos

www.boe.es

Cuenta con un servicio de alertas con la posibilidad de filtrar por temas, área de búsqueda, palabras clave, etc. Dichas alertas permiten recibir notificaciones al correo electrónico con un título y resumen de cada disposición que se publica diariamente en el BOE.

Web de las Comunidades Autónomas y las Diputaciones

Por lo general permiten crear alertas. Es importante tener en cuenta que en determinadas zonas de España donde la despoblación se está agudizando de forma notable, es posible optar a subvenciones por el fomento del empleo rural, con una mayor dotación económica si el empleo se genera dentro de un núcleo rural con población inferior a 5.000 habitantes.

Grupos de Acción Local

Son asociaciones sin ánimo de lucro donde se integran entidades públicas y privadas que persiguen el desarrollo de una comarca. Dependiendo de la localización de nuestro negocio acudiremos a una u otra, pero es imprescindible conocer los recursos que puedan brindarnos y beneficiarse de sus múltiples iniciativas de desarrollo rural.

Cámaras de Comercio

www.camara.es

Otro instrumento muy útil son las webs de las Cámaras de Comercio, tanto la de España como las de cada provincia o localidades.

Diarios económicos y revistas especializadas del sector

Existen publicaciones económicas o del ámbito del emprendimiento que informan sobre las novedades más destacadas del mundo de la economía y los negocios. Algunas destacadas son:

- Autónomos y emprendedor: www.autonomosyemprendedor.es
- Emprendedores: www.emprendedores.es
- Entrepreneur: www.entrepreneur.com
- Expansión: www.expansion.com
- Cinco Días: www.cincodias.elpais.com

Crowdfunding o financiación colectiva

El crowdfunding o micromecenazgo es una red de financiación colectiva, normalmente online, que a través de donaciones económicas consigue financiar un proyecto a cambio de recompensas, participaciones de forma altruista. Cada día existen más negocios cuyo arranque se debe en parte gracias al crowdfunding, por lo que se ha convertido en una interesante fuente de financiación y ayuda al emprendimiento. Algunas de las plataformas más relevantes son:

1. Goteo: www.goteo.org
2. Verkami: www.verkami.com
3. Ulule: es.ulule.com
4. Kickstarter: www.kickstarter.com
5. GoFundMe: es.gofundme.com
6. Lánzanos: www.lanzanos.com
7. Indiegogo: www.indiegogo.com



Mujer en el medio rural

Uno de los colectivos más afectados por la economía sumergida es el de las mujeres del ámbito rural. Sin embargo, el papel de la mujer es clave para la supervivencia de un sector económico, social y medioambiental. Varios estudios alertan de que la continuidad de determinados ecosistemas y de formas de producción y vida en el entorno rural depende del mantenimiento de una estructura social mínima. Y el cimiento básico de ésta es la mujer.

En el caso de España, de acuerdo con los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística destacan los siguientes datos:

- El 39,6% de la mano de obra agraria familiar son mujeres.
- El 48,85% de las mujeres que forman parte de la mano de obra no asalariada tiene más de 65 años (el 26,37% más de 65 años), frente al 46,97% de los hombres (el 27,00% más de 65 años).
- La presencia de las mujeres dentro de la mano de obra agrícola familiar se sitúa en torno al 39,66% de media.
- El trabajo asalariado femenino en la agricultura y en la agroindustria es fundamentalmente eventual, concentrándose sobre todo en Andalucía (35,86%), Canarias (31,07%), Castilla y León (30,17%), Galicia (30,53%) y Murcia (22,31%).

Con políticas demográficas y territoriales que contasen con esta perspectiva se podría, por un lado, poner en valor la significativa aportación de las mujeres al desarrollo rural y, por otro lado, combatir la tendencia a la masculinización de las zonas más afectadas por el despoblamiento. Muchas mujeres que no encontraban un futuro esperanzador en el campo han protagonizado el fenómeno de la "huida ilustrada", al apostar por la vía de los estudios para conseguir una entrada al mercado laboral. Por lo que favorecer la aparición de espacios laborales en los que se puedan insertar las mujeres rurales generaría una recuperación de talento y aumentarían las posibilidades de nuevas familias.

Podemos entender el ecofeminismo como una corriente, dentro del movimiento feminista, que se interesa por la temática ecológica como algo que puede ser abordado en clave de género, aportando cuestiones claves para entender mejor las relaciones humanas con la naturaleza. Esta corriente de pensamiento elogia las virtudes femeninas del cuidado para ponerlas en el centro de una "Cultura del cuidado", en contraposición con la cultura de la explotación capitalista. La cultura del cuidado se puede enseñar y se puede compartir, está al alcance de cualquier ser humano y es necesaria para generar una re-significación de nuestro comportamiento con el planeta.

Otras medidas para equiparar la situación del hombre y mujer en el ámbito rural pasa por fortalecer el tejido y crear una red de asociaciones de mujeres en este entorno, al margen de las organizaciones agrarias tradicionales.

Grupos de acción local

Los Grupos de Acción Local o Grupos de Desarrollo Rural son asociaciones sin ánimo de lucro, de ámbito comarcal, donde se integran entidades públicas (Ayuntamientos y Mancomunidades) y privadas (asociaciones, colectivos, empresas) representativas del tejido socioeconómico de la comarca.

Tal y como explica la Red Extremeña de Desarrollo Rural (Redex) en su Web, la principal función de los Grupos es la aplicación de las estrategias europeas de desarrollo rural a través del diseño, puesta en marcha y gestión de sus programas comarcales de desarrollo rural, que son el fruto del consenso logrado entre los diferentes colectivos sociales, económicos e institucionales que los conforman.

Otra función muy importante de los grupos es la dinamización del tejido social y económico y la implicación de la población en su propio proceso de desarrollo. Para ello, han creado una serie de estructuras de participación donde se desarrollan los procesos de comunicación y de debate.

Los Grupos trabajan en:

- La definición de la Identidad de comarca: propiciando el conocimiento de sus valores y potencialidades.
- Puesta en valor de los recursos endógenos, generando valor añadido y favoreciendo la generación de empleo.
- Apoyo a creación de infraestructuras municipales y comarcales de interés para toda la ciudadanía.
- Ser espacio de reflexión, análisis y diseño de estrategias de desarrollo.
- Mejora del entorno económico para crear empresas, empleo, nuevas actividades y nuevos servicios.
- Mejora la capacidad de organización del territorio.

Los Grupos de Acción Local son los grandes conocedores de las necesidades y carencias de sus comarcas, ya que sus estrategias de desarrollo rural están basadas en un profundo análisis de sus territorios y en un amplio debate entre los diferentes colectivos sociales, económicos e institucionales que lo conforman.

Constituyen un foro de participación ciudadana e institucional estable y permanente conformando una sólida estructura de participación con un alto nivel de eficacia, donde se encuentran representadas la gran mayoría de las entidades públicas, privadas y entes de carácter social de sus comarcas. Sus inversiones y actuaciones tienen, y van a tener, un importante papel estratégico en la dinámica económica y social de sus territorios.

Red Nacional de Desarrollo Rural (REDR)

www.redr.es

La Red Española de Desarrollo Rural (REDR) es una asociación sin ánimo de lucro constituida en el año 1995 con el objetivo de promover un modelo de desarrollo rural integral y sostenible. La REDR está integrada en la actualidad por Redes Territoriales que engloban más de 180 Grupos de Desarrollo Rural de toda España, los cuales gestionan Programas e Iniciativas relacionadas con el Desarrollo Rural y la metodología LEADER enmarcadas en el Fondo Europeo de Agricultura y Desarrollo rural (FEADER).

Asociadas en la REDR hay constituidas 11 redes territoriales de grupos de acción local:

- **Andalucía** (ARA): andaluciarural.org
- **Aragón** (RADR): aragonrural.org
- **Asturias** (READER): www.readerasturias.org
- **Castilla y León** (HUEBRA): www.huebra.org
- **Canarias** (Federación Canaria de Desarrollo Rural): www.redcanariarural.org
- **Extremadura** (REDEX): www.redex.org
- **Murcia** (Red Murciana de Desarrollo Rural): www.integral.es/rmdr
- **Cataluña** (ARCA): www.desenvolupamentrural.cat
- **Cantabria** (Red Cántabra de Desarrollo Rural): redcantabrarural.com
- **Islas Baleares** (Red Balear de Desarrollo Rural): www.leadermenorca.org
- **País Vasco** (Mendinet): www.mendinet.org
- **Red Riojana de Desarrollo Rural**: adriojaalta.org

Asociación para el Desarrollo del Valle del Alagón (Adesval)

www.adesval.org

Dentro de la Red Extremeña de Desarrollo Rural (Redex) se encuentra Adesval, una asociación sin ánimo de lucro, cuya finalidad es promover iniciativas persigan el desarrollo de la comarca del Valle del Alagón. La constituyen 27 municipios del Valle del Alagón, empresas, cooperativas, asociaciones y socios individuales, que participan en el tejido productivo de la comarca.

Esta "Guía de recursos para el Empleo en el Medio Rural" ha contado con el apoyo, el asesoramiento y la difusión de Adesval. Así mismo, la publicación ha sido posible gracias a la financiación a través del programa "Red Solidaria" de Bankia, que ha destinado un total de 7.100€ para el desarrollo de las actividades propias de este proyecto de formación para el empleo rural.

PROYECTO IMPULSADO POR



CON EL APOYO DE

Bankia

en-acción

LA COLABORACIÓN DE



Referencias biográficas y bibliográficas

REFERENCIAS BIOGRÁFICAS

La elaboración de esta Guía de Recursos para el Empleo Rural ha sido posible gracias al trabajo de voluntarios y profesionales de la Asociación Gentesina Social que han prestado su tiempo y sus conocimientos para dar forma a esta publicación que esperamos sea de utilidad para todas las personas que deseen trabajar en un entorno rural. A continuación ofrecemos unas breves referencias biográficas de los cuatro profesionales que han redactado la Guía:

Antonio Olalla García es cofundador de Gentesina Social y periodista freelance para Iberoamérica y África con más de 18 años de experiencia. Ha trabajado en medios como ABC, Servimedia, TV Castilla-La Mancha, Gestiona Radio y El Mundo. Ha sido responsable de proyectos y portavoz del Comité Paralímpico Español, periodista en el Real Patronato sobre Discapacidad, el CERMI, Ilunion, la Plataforma de ONG de Acción Social y Centac. Fue responsable de prensa de la Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES) y ha colaborado con la Fundación Accenture y la Fundación Real Madrid. En la actualidad escribe para la Revista Contexto, Diario Público, El periódico de las Fundaciones y el digital mexicano Paralelo 23.

Jéssica Hernández Moreno es licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Es cofundadora y directora general de Gentesina Social. Ha trabajado como periodista en la Cadena Ser y la agencia Servimedia. Tiene gran experiencia como responsable de comunicación en organizaciones como Fundación Irene Villa, CERMI, Fundación ONCE, Fundación Lo que de verdad importa y ha trabajado en entidades como Intermón Oxfam y la Universidad Carlos III. Ha desarrollado y participado en multitud de proyectos de cooperación para el desarrollo en países como Mali, Brasil, Guatemala, México o Burkina Faso. Actualmente también escribe para la Revista Contexto y Paralelo 23.

José María Vicente Pascual es titulado en Sociología con experiencia en gestión de proyectos sociales y colaborativos. Fundador y colaborador de iniciativas como Bionica Project, Galgo y Colibrí y Azul como una naranja, entre otras. Es fotógrafo y experto en imagen web, vídeo y administración de plataformas. Tiene una amplia experiencia en el campo de las tecnologías de la información, especialista en análisis técnico en Indra Software Labs, con perfil analista con capacidades para administrar problemas e incidencias nivel usuario, sistemas y aplicaciones.

Tamara Paniagua Iglesias tiene el título de Educación Social, Técnico Superior en Administración y Finanzas, Máster en Comunicación y Problemas Socioculturales y Máster en Mediación. Tiene una larga trayectoria en la empresa pública y privada como las Juntas de Extremadura y la de Castilla La Mancha, varios Institutos de Educación Secundaria, el Ayuntamiento de Coria, Mancomunidad Riberos del Tajo o Cáritas. Ha realizando tareas educativas y de integración con colectivos como menores, niños, personas con discapacidad, etc. Actualmente desarrolla en Guadalajara un proyecto educativo sobre pueblos abandonados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Artículos interesantes sobre desarrollo y empleo rural

- Europa Press (febrero 2, 2016), Así evolucionará la población en las grandes ciudades españolas, Público.
- Morán Breña, Carmen, Sosa Troya, María (octubre 11, 2018), La demografía no admite más demoras, hay que actuar ya, El País.
- Gómez Benito, Cristóbal, Díaz Méndez, Cecilia (2009) La juventud rural en el cambio de siglo: tendencias y perspectivas, Revista de Estudios de Juventud, Nº 87
- Pérez Rubio, José Antonio, Sánchez-Oro Sánchez, Marcelo, Muñoz Carrera, Óscar (2007), Notas para el estudio sociológico de los neorrurales en Extremadura. Un estudio de caso, en Pérez Redondo, R.J. y Martín Cabello, A. (Coords.) Castilla-La Mancha: 25 años de autonomía. Toledo ACMS
- Artículo de José Antonio López Ruiz “La despoblación en territorios rurales en el contexto de la Unión Europea: aproximación conceptual y especificidad del problema de las zonas rurales de montaña”, dentro del Informe 2005 “Los pueblos rurales afectados por la despoblación y los nuevos pobladores extranjeros”.

Enlaces interesantes que nos han inspirado:

- <https://www.cerem.es/blog/claves-para-hacer-un-buen-dafo-o-foda>
- <https://www.epdata.es/datos/despoblacion-espana-datos-estadisticas/282>
- <https://www.bilib.es/actualidad/blog/noticia/articulo/10-ventajas-del-teletrabajo-desde-el-entorno-rural/>
- <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/g58032/emprendedores-neorrurales-negocios-sorprendentes-mundo-rural>
- <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/ayudas-y-subsidencias/aprovechate-nuevas-ayudas-subsidencias-emprender-2019/20190114171532018631.html>
- http://www.ipyme.org/_layouts/15/ipyme/guiaayudascreacionempresas.aspx
- <https://www.sepe.es/HomeSepe/autonomos/prestaciones-ayudas.html>
- <https://www.entrepreneur.com/article/336669>
- <https://www.theeconomyjournal.com/texto-diario/mostrar/591757/economia-sumergida-espana>
- <https://www.publico.es/sociedad/han-crecido-y-creceran-grandes.html>
- https://elpais.com/sociedad/2018/10/09/actualidad/1539105462_814358.html
- <https://essaeformacion.com/blog/empleo/las-ventajas-de-trabajar-en-el-sector-publico>
- <https://ciudadano.gobex.es/buscador-empleo-publico>
- <https://www.opositor.com/trucos-para-preparar-una-oposicion-con-exito/3783/amp#referrer=https://www.google.com>
- <https://de.slideshare.net/DaianaMartnez/gua-de-empleo>
- <http://webipedia.es/2017/11/06/entrevistas-trabajo-los-mejores-consejos/>
- <https://www.bolsaempleo.info/como-un-videocurriculum-te-ayuda-a-diferenciarte-diferencia-y-te-destaca-sobre-los-demas/>
- https://www.segoviaempleo.com/noticias/25-consejos-para-hacer-muy-bien-una-entrevista-de-trabajo/nt_160

GUÍA DE RECURSOS PARA EL EMPLEO RURAL



Esta guía es el fruto del proyecto "Formación para el empleo en el medio rural" desarrollado por la asociación Gertosina Social con el apoyo y la financiación de la Red Solidaria de Bankia.

PROYECTO IMPULSADO POR



CON EL APOYO DE

Bankia en-acción

LA COLABORACIÓN DE

