

“Durante todo el proceso de selección, el candidato debe esforzarse por demostrar no solo que puede hacer el trabajo sino que, de hecho, lo hará y, lo que es mejor, que encajará con el resto del equipo.”

CONTENIDO:

ESTAMOS PARA SERVIR	1
GUÍA DE DESVINCULACIÓN	1
LA AVENTURA DE EMPRENDER: EL PLAN DE NEGOCIO	2
YA NO HAY EXCUSAS	2
PROGRAMAS DE RADIO Y TV PARA BUSCAR EMPLEO	2
PONTE EN SU LUGAR	3
¿INSPIRAMOS CONFIANZA?	3
EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO	3
AUTOGOOGLEÁTE Y VERÁS	4

Estamos para servir

“Estamos para servir” es el lema con el que el sargento primero JLLG-A, lector habitual de este boletín, firma un correo en el que manifestaba su desacuerdo con el artículo titulado “Un ejemplo que se diferencia del resto” que apareció en el boletín informativo [número 35](#), del pasado 2018.

En dicho artículo decíamos que la diferenciación es la clave de un proyecto de emprendimiento, sobre todo del sector servicios. El sargento primero piensa que, si bien la diferenciación es importante, la clave del éxito reside en poner al cliente en el centro de nuestro proyecto, pues, algunas veces, el emprendedor se empeña en satisfacer la necesidad o aliviar el *dolor* que el cliente no tiene.

“Primero –comenta JLLG-A– hay que aconsejar a los emprendedores que hablen con sus clientes potenciales, les escuchen y detecten el «dolor» relacionado con la idea”. A continuación, el sargento primero propone a los emprendedores que “intentan sacar un producto de baja fidelidad con el menor coste posible y que se lo enseñen a sus clientes potenciales”. Con esta metodología, el emprendedor podrá “mejorar e incluso cambiar el producto o servicio hasta dar con algo que le resuelva ese «dolor».”

“Si al cliente no le resolvemos un problema, –continúa JLLG-A– es tontería invertir en la idea de producto o servicio, si por el contrario, de verdad existe ese problema o necesi-

dad, entonces sí, deberemos pensar cómo diferenciarnos de nuestra competencia para que nos elijan.”

Desde luego, son unas reflexiones que no tienen desperdicio y que, sin duda, ayudarán a nuestros lectores. ¡Muchas gracias, por compartirlas con todos! Además, nos envía un enlace con toda una metodología al respecto: [Lean Startup](#) de Eric Ries.

Desde este Boletín, queremos animar a los lectores para que nos hagan llegar sus opiniones, coincidan o no con las nuestras, pues es cierto que conocer otras ideas es enriquecedor y de gran ayuda para todos. Al fin y al cabo, en Sapromil, también estamos para servir.

Guía de Desvinculación

Después de los títulos preliminares sobre la finalidad y el ámbito de aplicación, la Guía de Desvinculación aborda las diferentes causas por las que se puede producir la resolución del compromiso de larga duración. Aquí queremos destacar únicamente las más comunes:

⇒ Cuando se cumplen los 45 años de edad sin haber adquirido la condición de permanente.

⇒ A petición expresa del interesado. Esta circunstancia requiere la realización de un preaviso de tres meses por parte del

interesado, que actualmente está en revisión.

⇒ Por la adquisición de la condición de militar de carrera o de militar de complemento.

⇒ Por ingreso en la Guardia Civil, en la Policía Nacional, en alguno de los cuerpos de funcionarios o por la adquisición de la condición de personal laboral fijo.

⇒ Por haber adquirido la condición de permanente.

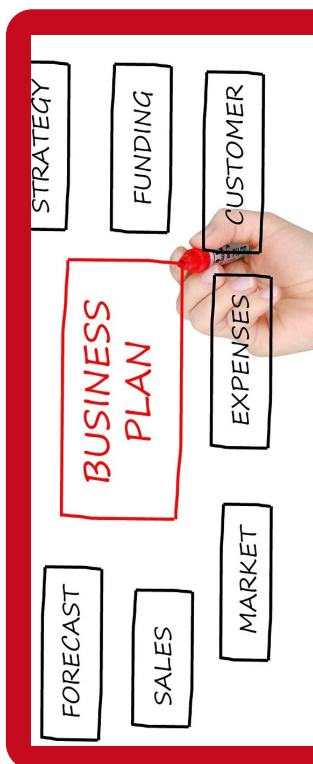
⇒ Por insuficiencia de las facultades profesionales o

de las condiciones psicofísicas.

Cuando se adquiere la condición de militar con más de 27 años de edad, si a la edad de 45 años no se han cumplido 18 años de servicio, es posible ampliar el compromiso hasta los 47 años, siempre que de esta forma se llegue a cumplir los citados 18 años de servicio.

Una relación completa de las causas de finalización de compromiso de larga duración debería ser consultada en la citada Guía.





La aventura de emprender: el plan de negocio

Es imprescindible realizar un plan de negocio o plan de empresa por diversas razones.

La primera, porque nos permitirá saber si nuestra idea de negocio es viable económicamente; además, en caso de querer hacer uso de las instalaciones de los viveros de empresa de nuestra comunidad autónoma, de buscar financiación, o de solicitar ayudas o subvenciones, es requisito imprescindible.

Por ello conviene tomarse todo el tiempo que se estime necesario, y hacerlo de forma concienzuda.

El método más utilizado es el método CANVAS. Consiste en

describir un modelo de negocio analizando 9 módulos básicos: relación con los proveedores; propuesta de valor; tipo de relación con el cliente; canal de distribución, comunicación y de la estrategia publicitaria; ingresos; actividades clave; recursos clave; socios clave y estructura de costes. En este [enlace](#) encontrará “La guía para la elaboración del plan de negocio: Modelo Canvas”.

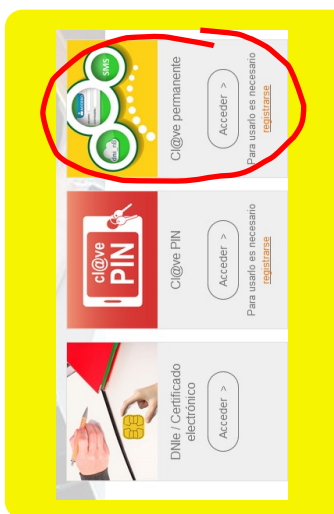
Otro modelo de plan de negocio es el método NABC (*need, approach, benefits per cost, competition and competitiveness*). Se analiza la necesidad a satisfacer, la propuesta de diferenciación, los beneficios para los clientes e inversores y la competencia y

nuestra competitividad.

En estas webs del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, [Plan de Empresa](#) y [Portal PYME](#), se encuentran distintas herramientas como análisis DAFO, simulador de modelos de negocio, autodiagnóstico de actividades emprendedoras, autodiagnóstico de acceso a nuevos mercados, etc. Así mismo, previo registro, ofrecen una herramienta de creación de un plan de empresa.

Finalmente, en este [enlace](#) podremos descargar la guía “El plan de negocio” con plantillas y ejemplos.

Beatriz Requena



Ya no hay excusas

No es nada nuevo, pero nunca viene mal recordar que, con el sistema *CI@ve permanente*, los empleadores inscritos en Sapromil pueden acceder a la Aplicación con un nombre de usuario y contraseña. De esta manera, las empresas ya no tienen excusas para no entrar en la Aplicación todos los días y buscar candidatos, inscribir ofertas de empleo, ver inscripciones, visualizar los CV, etc.

Las empresas siempre han lamentado la necesidad de configurar el ordenador del usuario de una forma muy particular. De esta manera, no se necesita un lector de tarjetas, ni la instalación de controladores, ni de certificados de seguridad (que siempre caducan en el momento más inoportuno)..., incluso si el empleador no tuviera DNI electrónico... se puede acceder a la Aplicación.

Para usar este servicio solo es necesario personarse en alguna administración de hacienda (¡es necesario pedir cita!) con un DNI en vigor. En apenas cinco minutos nos proporcionarán un código para entrar por primera vez en el sistema *CI@ve permanente* (luego deberemos personalizar nuestra contraseña). De esta forma accederemos a la Aplicación Sapromil con un usuario y una contraseña.

- TVE:** [Aquí hay trabajo](#)
- Canal 24 horas:** [Emprende](#)
- Cataluña:** [Tinc una idea](#)
- Castilla y León:** [Empléate](#)
- Canal Sur:** [Emplead@s](#)
- Antena 3:** [Hay trabajo](#)
- Extremadura:** [Tu empleo](#)
- Madrid:** [Madrid trabaja](#)
- Cadena Ser:** [Empleo](#)
- M21:** [Objetivo empleo](#)
- Aragón:** [Camino al empleo](#)

Programas de radio y Tv para buscar empleo

La mayor parte de las personas que buscan empleo lo hacen a través de Internet. Sin embargo, según los expertos, muchas de las ofertas de empleo no se publican y se cubren a través del *networking*.

No obstante, existen programas de radio y televisión en los que, no sólo encontramos

ofertas de empleo de nuestra comunidad autónoma, consejos en la búsqueda de empleo, plazas convocadas en oposiciones, etc., sino que también se resuelven dudas sobre prestaciones de la Seguridad Social, prestaciones por desempleo etc.

Merece la pena dedicarles

nuestro tiempo. Lo recomendable es seguir al menos dos: uno de índole nacional y otro de ámbito autonómico. Además, todos los programas pueden consultarse *online*.

A la izquierda figuran los principales programas y sus webs.

Beatriz Requena

Ponte en su lugar

Tal vez, al hablar tanto de CV, entrevistas de trabajo, procesos de selección... se esté mitificando (o, lo que sería peor, mistificando) todo el proceso de solicitud de una oferta de empleo.

Es como si los expertos siempre estudiarán la búsqueda de un puesto de trabajo bajo el prisma de las necesidades del propio candidato. Y los mismos candidatos, se están acostumbrando a poner el foco de su atención en lo que les gustaría decir sobre ellos mismos, sobre su cualificación y formación, sobre su experiencia laboral, sobre sus

aptitudes y capacidades, etc.

Desmitifiquemos el proceso de aplicación.

El punto de partida de la solicitud de un puesto de trabajo con un mínimo de garantía de éxito es muy diferente: es el punto de vista del empleador.

La contratación de un nuevo empleado siempre se produce como consecuencia de una necesidad. La empresa necesita cubrir un puesto que ha quedado vacante, quiere un nuevo experto para un nuevo

proyecto, necesita ampliar un grupo de trabajo, o quiere diversificar su negocio... Contratar un nuevo empleado, siempre responde a una necesidad empresarial.

Una nueva contratación, por tanto, entraña un riesgo. Si el reclutador contrata a la persona equivocada, a una persona que no realizará adecuadamente la tarea para la que fue contratada, la empresa se resentirá y el propio candidato saldrá perjudicado.

Por lo tanto, "*candidato, ponte en su lugar*".

El punto de partida de la solicitud de un puesto de trabajo con un mínimo de garantía de éxito es muy diferente: es el punto de vista del empleador.

¿Inspiramos confianza?

El candidato que solicita un puesto de trabajo debe comprender que la empresa tiene una necesidad que cubrir. También debe entender que el reclutador tiene la gran responsabilidad de seleccionar a la persona que pueda hacer el trabajo.

Si la persona contratada no es la adecuada para el puesto que la empresa necesita cubrir, en el mejor de los casos, esta terminará marchándose, pero la empresa habrá incurrido en unos gastos innecesarios. En el peor de los casos, esa persona inadecuada puede entorpecer el trabajo del

resto de sus compañeros y la empresa, igualmente, saldrá perjudicada.

También existe el riesgo de que la persona recién contratada encuentre un nuevo puesto y decida marcharse o de que no encaje bien con sus compañeros y el que se marche sea una pieza clave del grupo de trabajo. En cualquiera de los casos esa nueva contratación habrá sido un fracaso y la empresa habrá realizado unos gastos para nada.

Entre todos los candidatos que se presentan a un puesto, el reclu-

tor debe seleccionar a la persona que mejor hará el trabajo y que ofrezca más garantías de continuidad.

Durante todo el proceso de selección, el candidato debe esforzarse por demostrar no solo que puede hacer el trabajo sino que, de hecho, lo hará y, lo que es mejor, que encajará con el resto del equipo.

En definitiva, es una cuestión de confianza, de que el reclutador llegue a confiar en el candidato.

¿Inspiramos confianza?



El proceso de reclutamiento

En el caso más general, las diferentes etapas del proceso de reclutamiento se pueden comparar a la realización de tres cribas.

En la primera criba se trata de seleccionar a las personas que tengan la cualificación necesaria para el puesto. En la segunda, de entre las personas cualificadas, el reclutador buscará a las personas que él crea que mejor se adaptarán a las especificidades de la empresa: al modo de trabajar, al equi-

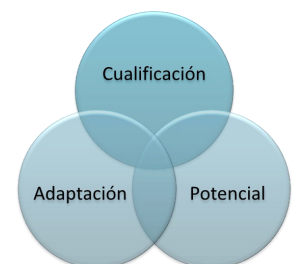
po, etc. En la tercera criba, de entre las personas cualificadas para el puesto y más adecuadas para la empresa, el proceso de selección se dirige a buscar aquellas personas que potencialmente serán más estables y que no querrán marcharse a la competencia, ni aunque les ofrezcan una mejor nómina.

Como vemos, el proceso de reclutamiento no es nada fácil. Pero ¿cuál es la lectura que el candidato debe hacer de todo esto?

En primer lugar (1ª criba), está claro, que un CV genérico difícilmente va a permitir llegar a la entrevista.

Por otra parte (2ª criba), si el candidato se pone en el lugar del reclutador, será más probable que pueda ofrecer lo que la empresa busca.

Por último (3ª criba), hay que mostrar lealtad e inspirar confianza suficiente.





Sapromil

Ministerio de Defensa
Paseo de la Castellana, 109
Despacho 647
Madrid-28046

www.sapromil.es

Correo: sapromil@oc.mde.es

WhatsApp: 649 75 59 11

**Sapromil,
estamos para servir**

Accediendo a la Aplicación Sapromil encontrará más información acerca de las últimas ofertas laborales publicadas:

- ◇ **Adjunto al jefe de proyectos en Castellón**
- ◇ **Granalladores y pintores industriales en Valladolid y Alcalá de Henares**
- ◇ **Técnico de mecanizado en Castellón**
- ◇ **Técnico de mantenimiento electromecánico en Guadalajara**
- ◇ **Técnico de instalación y mantenimiento de equipos de radio en Tarragona**
- ◇ **Etcétera**



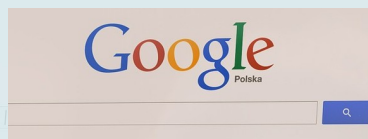
Autogoogléate y verás

El tercer capítulo del libro “El talento está en la red”, de Amparo Díaz Llairó, está particularmente dedicado a la búsqueda de empleo en las redes sociales. Si hace varias décadas el elemento clave que describía el perfil profesional de un candidato era el CV, en la actualidad es la marca personal.

Paralelamente, si hace varias décadas para optar a un nuevo puesto de trabajo era imprescindible hacer llegar a la empresa el CV, en formato .pdf o .doc, a través de un portal de empleo o a través de la propia página web de la empresa, en la actualidad es el experto en recursos humanos de la propia empresa el que busca el talento en la red, el que busca determinadas “marcas personales”. De ahí la importancia actual de la denominada marca personal del candidato.

De forma muy sencilla, podemos tener una idea bastante clara de qué

es exactamente la marca personal tecleando en cualquier navegador de internet nuestro nombre. Lo que aparezca, es la marca personal que estamos ofreciendo.



Como el principal navegador de internet es Google, y abusando del lenguaje, hoy en día no es difícil escuchar esto: “autogoogléate y verás”. En efecto, si leemos en Google todo lo que aparece después de teclear nuestro nombre tal vez nos quedemos sorprendidos, para bien o para mal, pues todo eso que aparece es nuestra marca personal.

Podemos ser pasivos y dejar que la marca personal “se cree sola” a tenor de lo que otros digan de nosotros, de noticias que puedan ir apareciendo o como consecuencia

de lo que ingenuamente escribimos a nuestros amigos y familiares en las redes sociales... o podemos ser activos y crear nuestra marca personal.

Evidentemente lo recomendable es lo segundo, no lo primero. Transparencia, autenticidad y credibilidad son las tres características que debería tener nuestra marca personal. Al respecto, podemos lanzar una página web propia o un blog, participar en alguna de las principales redes sociales y profesionales..., pero, sobre todo, crear contenidos más que limitarse a consumirlos.

De cómo tener una activa vida virtual ya hemos hablado repetidas veces en esta publicación. No obstante, seguiremos ofreciendo algunas recomendaciones prácticas en los próximos boletines para llegar a conseguir la marca personal que realmente queremos ofrecer al buscador de talento.