



El Libro de la Orientación Laboral (versión 18)

Ángeles Vallejo y Alfredo Vela

Para profesionales

El libro de la Orientación Laboral

Versión 18

M^a Ángeles Vallejo y Alfredo Vela

alfredovela.com y ticsyformacion.com

Sobre el Libro

El "Libro de Orientación Laboral" versión 18, por M^a Ángeles Vallejo y Alfredo Vela, es una guía completa para la búsqueda de empleo, cubriendo:

- Empleo y Empleabilidad: Fundamentos para entender el mercado laboral actual.
- Smartphone en la Búsqueda de Empleo: Uso de dispositivos móviles en la búsqueda de trabajo.
- Webs de Interés en la Búsqueda de Empleo: Recursos online para encontrar empleo.
- Marca Personal: Construcción y mantenimiento de una imagen profesional en línea.
- LinkedIn: Importancia de esta red para la búsqueda de empleo, incluyendo consejos prácticos.
- Encuestas de Interés: Resultados de encuestas relacionadas con la búsqueda de empleo y la presencia en redes sociales.
- Emprendimiento: Orientación para aquellos que consideran iniciar su propio negocio.
- Cómo la Inteligencia Artificial Puede Ayudar en la Búsqueda de Empleo: Exploración del papel de la IA en el mercado laboral.
- Documentos de interés

Este libro es una herramienta esencial para profesionales en búsqueda de empleo, ofreciendo consejos prácticos, estrategias digitales, y la importancia de la marca personal en el entorno laboral actual.



NAVAVTING THE DIGITAL JOB MARKET

Unlock your career potential with smaipphones

En este libro pretendemos explicar todo los aspectos relacionados con la búsqueda de empleo

● ÍNDICE

1

**Empleo y
empleabilidad**

5

**LinkedIn, una pieza
fundamenta en la
búsqueda de empleo**

9

**Documentos de
interés**

2

**Smartphone en la
búsqueda de
empleo**

6

**Encuestas de
interés**

3

**Webs de interés
en la búsqueda
de empleo**

7

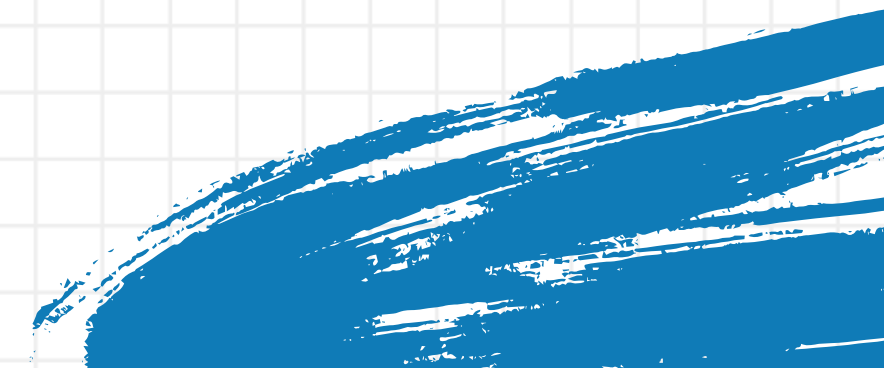
Emprendimiento

4

Marca personal

8

**Cómo la inteligencia
artificial te puede ayudar
en la búsqueda de empleo**





EMPLEO Y EMPLEABILIDAD

8 datos sobre talento en España

Dificultades para incorporar el talento que necesitan



75% empresas tienen dificultades



84% grandes empresas tienen dificultades



93% sector tecnológico tiene dificultades

¿Se ajusta la formación académica a la demanda del mercado laboral?



52% jóvenes dicen que no se ajusta



42% empresas dicen que no se ajusta

¿Las empresas tienen proyectos dedicados a upskilling y reskilling?



57% empresas tienen iniciativas para ello



30% empresas lo tienen planificado hacer



71% grandes empresas lo están haciendo

Datos sobre escasez de talento en España 2024

En qué se reflejan los retos del déficit de talento:



75%

de las empresas experimentan de forma directa el problema de escasez de talento



78%

la proporción de empresas que lo detectan como un problema general



82%

de las empresas han tenido dificultades para cubrir perfiles cualificados



51%

ven un agravamiento del problema en un futuro inmediato

Qué estrategias se aplican para prevenir o superarlo:



46%

“Employer branding”



45%

Fomento del plan de carrera



40%

Políticas de flexibilidad

Datos sobre escasez de talento en España 2023

En qué se reflejan los retos del déficit de talento:



73%

de las compañías han tenido problemas para cubrir determinados puestos requeridos en su organización durante el último año



60%

de las compañías de menos de 50 trabajadores han tenido problemas para cubrir determinados puestos requeridos en su organización durante el último año



84%

de las compañías de 51 a 250 trabajadores han tenido problemas para cubrir determinados puestos requeridos en su organización durante el último año



90%

de las compañías de más de 250 trabajadores han tenido problemas para cubrir determinados puestos requeridos en su organización durante el último año

Qué estrategias se aplican para prevenir o superarlo:



54%

Se inclinan por formar talento interno



44%

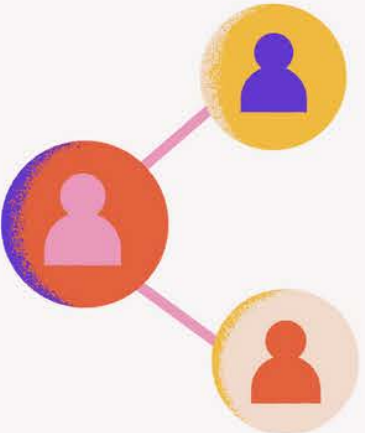
Se enfocará prioritariamente en planes de formación en habilidades digitales




45%

de empresas ofrecen beneficios a sus empleados dentro de su paquete retributivo


Definición de Empleabilidad



La empleabilidad se refiere a la **combinación de habilidades, conocimientos, comportamientos y atributos personales que hacen que un individuo sea más propenso a encontrar, obtener y tener éxito en un trabajo**. Va más allá de la mera capacidad para ser contratado, abarcando la adaptabilidad y la competencia para mantenerse en un mercado laboral cambiante y progresar en una carrera.



Esta característica **se construye a través de la educación formal e informal, la experiencia laboral, y el desarrollo personal y profesional continuo**. Los aspectos clave de la empleabilidad incluyen: habilidades técnicas, habilidades blandas, adaptabilidad/flexibilidad iniciativa/emprendimiento, red de contactos profesionales, aprendizaje continuo/desarrollo personal, autoconocimiento, conciencia del mercado laboral, ...



La empleabilidad **no es una cualidad estática** sino un conjunto de competencias y atributos en constante evolución, que deben ser cultivados y adaptados a lo largo de la vida profesional de una persona. Este concepto subraya la importancia de la responsabilidad individual en el desarrollo de carrera, al tiempo que reconoce el papel que juegan la educación, los empleadores y la política económica en la creación de oportunidades para el desarrollo de la empleabilidad.

Ecuación de la Empleabilidad

Versión 4

Empleabilidad = Capacidad de una persona de ser absorbida por el Mercado Laboral

EMPLEABILIDAD =

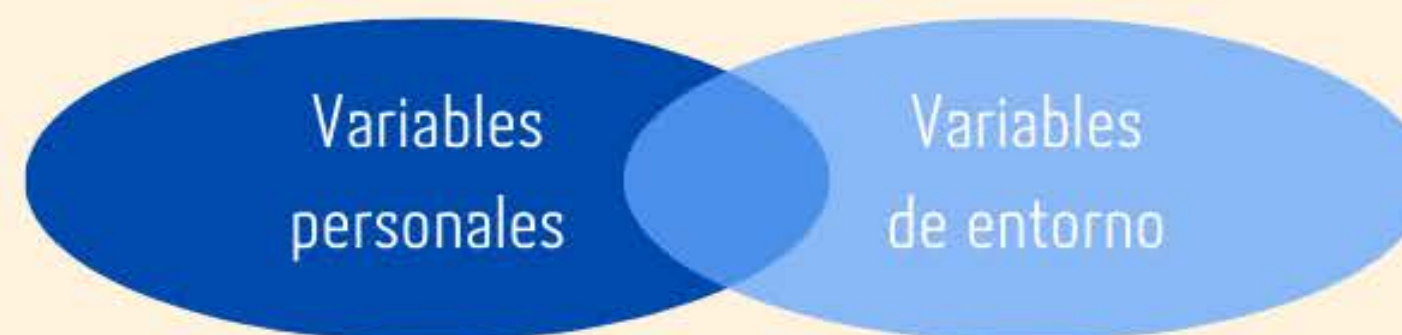
Variables personales

- **Conocimientos**: qué sabes y sobre qué.
- **Habilidades**: qué sabes hacer.
- **Soft skills**: ¿cuáles tienes y cuáles te faltan?
- **Actitudes**: qué actitudes [positivas] tienes.
- **Experiencia**: qué experiencia [laboral] tienes.
- **Marca personal**: cómo de interesante es tu marca.
- **Valor diferencial**: en qué te diferencias.
- **Contactos**: cómo es tu red de contactos.
- **Visibilidad**: cómo de sencillo es localizarte.
- **Valores**: cuáles son tus valores.
- **Movilidad/disponibilidad**: la que tengas.

+

Variables de entorno

**Entorno
socio-económico**



Cuanto mayor sea la intersección de ambas variables, mayor será la empleabilidad

MOTIVOS POR LOS QUE EL AUTOCONOCIMIENTO ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



El autoconocimiento juega un papel crucial en la búsqueda de empleo por múltiples razones, alineando las aspiraciones personales con las oportunidades del mercado laboral y potenciando la satisfacción y el desarrollo profesional. Aquí tenemos una lista exhaustiva de motivos que destacan la importancia del autoconocimiento en este proceso:

1. Identificación de fortalezas y debilidades:

- Optimización de la candidatura: reconocer tus habilidades te permite presentarte de manera más efectiva a los empleadores, destacando tus fortalezas y abordando proactivamente tus áreas de mejora.
- Desarrollo personal: al conocer tus debilidades, puedes buscar oportunidades para desarrollar esas habilidades y convertirlas en puntos fuertes.



2. Claridad en los objetivos profesionales:

- Definición de metas a largo plazo: comprender qué te motiva y cuáles son tus intereses te ayuda a establecer objetivos de carrera claros y alcanzables.
- Elección de trayectoria profesional: el autoconocimiento facilita la toma de decisiones informadas sobre tu camino profesional, eligiendo roles y sectores que se alineen con tus pasiones y valores.

3. Mejora de la comunicación en entrevistas:

- Presentación auténtica: al conocer tus puntos fuertes y áreas de pasión, puedes comunicar tu valor de manera más convincente y auténtica durante las entrevistas.
- Respuestas reflexivas: un profundo autoconocimiento te permite responder preguntas sobre tus experiencias y ambiciones de manera más reflexiva y personalizada.



4. Elección de la cultura organizacional adecuada:

- Alineación con valores corporativos: entender tus propios valores y cómo estos se alinean con los de las potenciales empresas es clave para encontrar un entorno de trabajo en el que puedas prosperar.
- Preferencias de trabajo: reconocer tu preferencia por ciertos entornos de trabajo (por ejemplo, trabajo en equipo vs. trabajo individual, estructuras jerárquicas vs. horizontales) te guía hacia organizaciones donde puedas trabajar cómodamente y ser más productivo.

5. Desarrollo de tu marca personal:

- Diferenciación: el autoconocimiento te ayuda a desarrollar una marca personal única, destacando en un mercado laboral competitivo.
- Cohesión en comunicación: garantiza que tu CV, carta de presentación, perfil de LinkedIn y marca personal transmitan un mensaje coherente y auténtico sobre quién eres y qué aportas.

6. Gestión efectiva del estrés y el rechazo:

- Resiliencia: entender tus reacciones emocionales y estrategias de afrontamiento te prepara para manejar el rechazo y el estrés de una forma más saludable.
- Ajuste de expectativas: el autoconocimiento permite establecer expectativas realistas durante la búsqueda de empleo, lo cual es fundamental para mantener una actitud positiva.



7. Fomento del crecimiento continuo:

- Identificación de oportunidades de aprendizaje: conocer tus áreas de interés y aspectos en los que puedes mejorar te guía hacia cursos, talleres o experiencias que contribuyen a tu crecimiento profesional.
- Adaptabilidad: entender tus habilidades y limitaciones te hace más adaptable a los cambios en el mercado laboral y a las exigencias de diferentes roles.

8. Mejora de la toma de decisiones:

- Elecciones informadas: al comprender tus motivaciones y preferencias, puedes tomar decisiones de carrera más informadas y estratégicas.
- Evaluación de oportunidades: el autoconocimiento te ayuda a evaluar críticamente si una oportunidad de trabajo se alinea con tus objetivos y necesidades personales.



MOTIVOS POR LOS QUE LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La mejora de la empleabilidad, es decir, aumentar tus aptitudes, habilidades y cualidades para ser atractivo para los empleadores, es fundamental en la búsqueda de empleo. Este proceso no solo mejora tus posibilidades de encontrar trabajo, sino que también contribuye a tu desarrollo profesional y personal a largo plazo. Aquí vemos motivos por los que trabajar en mejorar tu empleabilidad es importante:

1. Aumento de oportunidades laborales:

- Diversificación de opciones: mejorar tus habilidades y conocimientos puede abrirte puertas a una variedad más amplia de roles y sectores.
- Adaptabilidad al mercado: en un mercado laboral en constante cambio, la adaptabilidad y la capacidad de aprender nuevas habilidades son clave para mantenerte relevante y en demanda.



2. Diferenciación en un mercado competitivo:

- Destacar entre la multitud: en un entorno altamente competitivo, tener un conjunto de habilidades único o especializado te puede distinguir de otros candidatos.
- Marca personal fuerte: la mejora continua contribuye a desarrollar una marca personal sólida, haciéndote más memorable y atractivo para los empleadores.

3. Mejora del potencial de ingresos:

- Mayor valoración: las habilidades avanzadas y la formación especializada a menudo justifican salarios más altos.
- Negociación de mejores condiciones: con una empleabilidad mejorada, estás en una posición más fuerte para negociar no solo el salario, sino también beneficios y condiciones de trabajo.

4. Desarrollo profesional y avance:

- Oportunidades de ascenso: ampliar tus competencias y habilidades puede prepararte para roles de mayor responsabilidad y liderazgo.
- Realización de objetivos de carrera: la mejora continua es esencial para alcanzar tus objetivos de carrera a largo plazo y satisfacer tus aspiraciones profesionales.



5. Seguridad laboral y estabilidad:

- Adaptación a cambios en el sector: mantener tus habilidades actualizadas y relevantes te hace menos susceptible a los despidos durante las reestructuraciones o recesiones económicas.
- Preparación para el futuro: la proactividad en el desarrollo de habilidades para el futuro te prepara para las transiciones dentro de tu carrera ante la automatización y la digitalización.

6. Fomento de la red de contactos:

- Expansión de la red profesional: participar en formaciones, talleres y eventos relacionados con la mejora de la empleabilidad te da la oportunidad de conocer a otros profesionales y expandir tu red de contactos.
- Acceso a mentores y asesores: estos entornos también pueden propiciar encuentros con potenciales mentores y asesores que pueden ser clave en tu desarrollo profesional.



7. Desarrollo de habilidades blandas:

- Mejora de la comunicación y el trabajo en equipo: la mejora de la empleabilidad no solo implica habilidades técnicas, sino también el desarrollo de habilidades blandas, fundamentales en cualquier entorno laboral.
- Aumento de la resiliencia y la adaptabilidad: estas habilidades te ayudan a manejar el cambio y los desafíos de manera efectiva.



8. Mejora de la satisfacción y bienestar laboral:

- Realización personal: el desarrollo continuo puede contribuir a una mayor satisfacción en el trabajo al sentir que estás progresando y aprendiendo constantemente.
- Equilibrio entre la vida laboral y personal: algunas habilidades, como la gestión del tiempo y el autoconocimiento, pueden mejorar tu capacidad para equilibrar las demandas laborales y personales.

9. Preparación para carreras del futuro:

- Visión de futuro: la mejora continua te prepara para roles que aún no existen, asegurando que tus habilidades se alineen con las demandas futuras del mercado laboral.
- Innovación y creatividad: fomentar una mentalidad de aprendizaje y mejora continua puede inspirar innovación y creatividad, habilidades altamente valoradas en cualquier campo.



10. Autonomía en la carrera:


- Empoderamiento profesional: tomar el control de tu desarrollo profesional a través de la mejora continua te empodera para dirigir tu carrera en la dirección que deseas.
- Flexibilidad de carrera: la empleabilidad mejorada te proporciona la flexibilidad para cambiar de sector, lanzarte como freelance o emprender tu propio negocio.



Pirámide de Maslow de la Empleabilidad

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar la empleabilidad, desde la adquisición de habilidades básicas y experiencia hasta el desarrollo de un impacto significativo y la creación de un legado en el ámbito profesional.



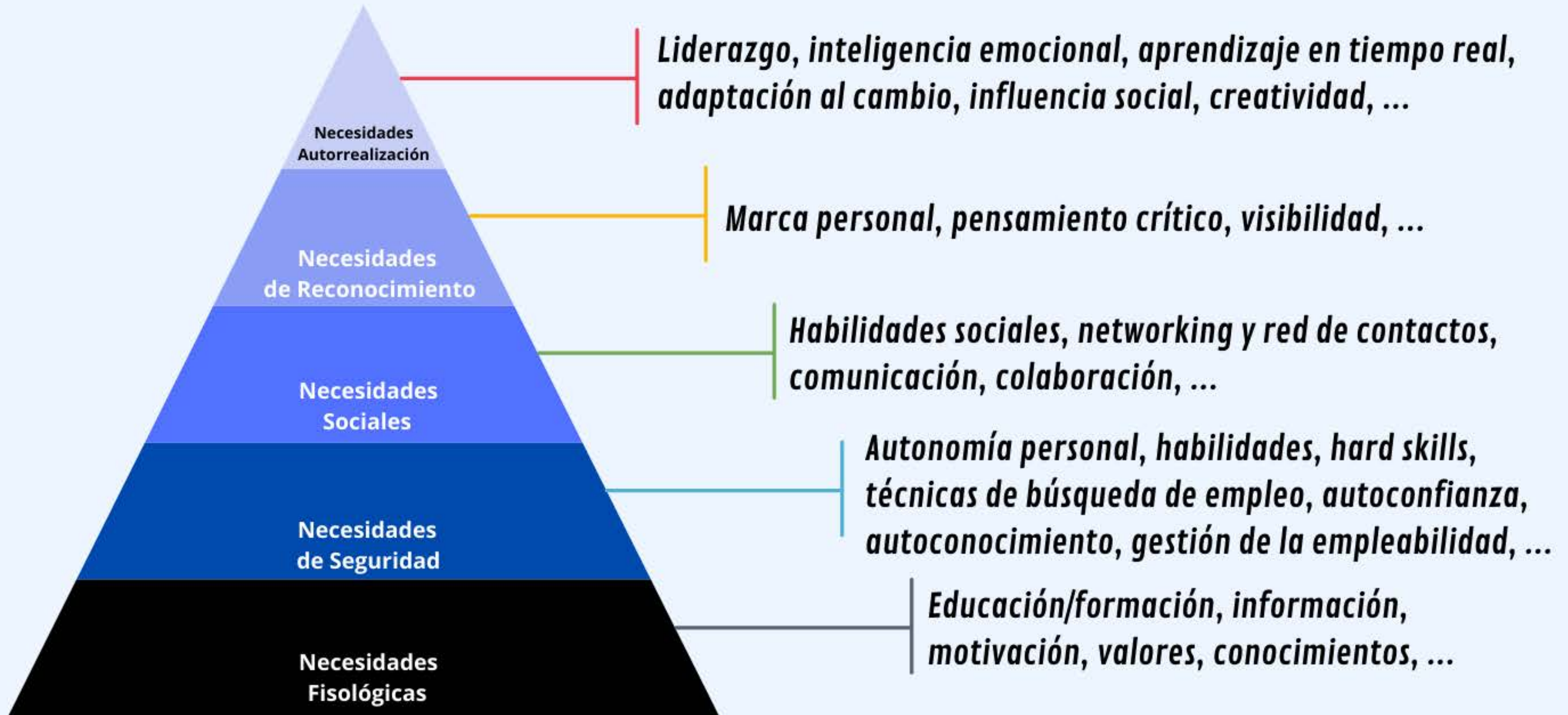


“Hay mucha gente que no encuentra trabajo
porque no sabe cómo buscarlo”

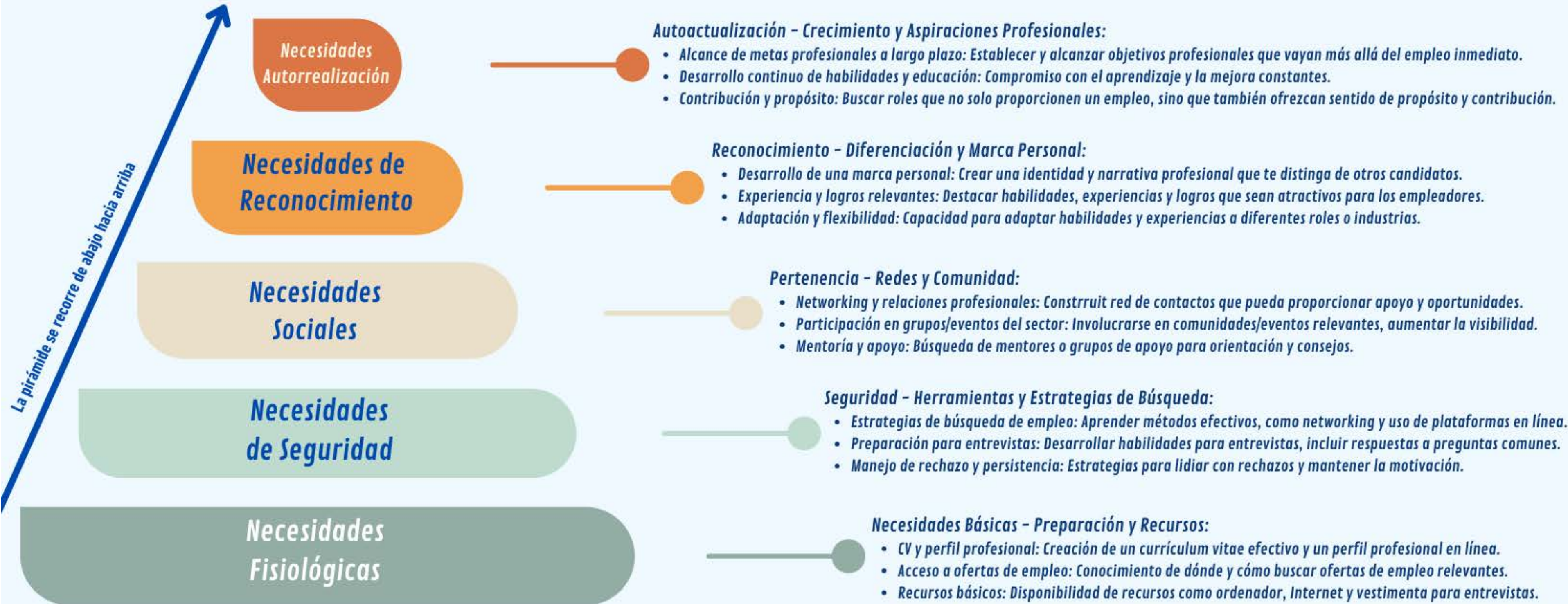
@AlfredoVela

Infojobs
Let's work!

Pirámide de Maslow para el Empleo



Pirámide de Maslow de la Búsqueda de Empleo

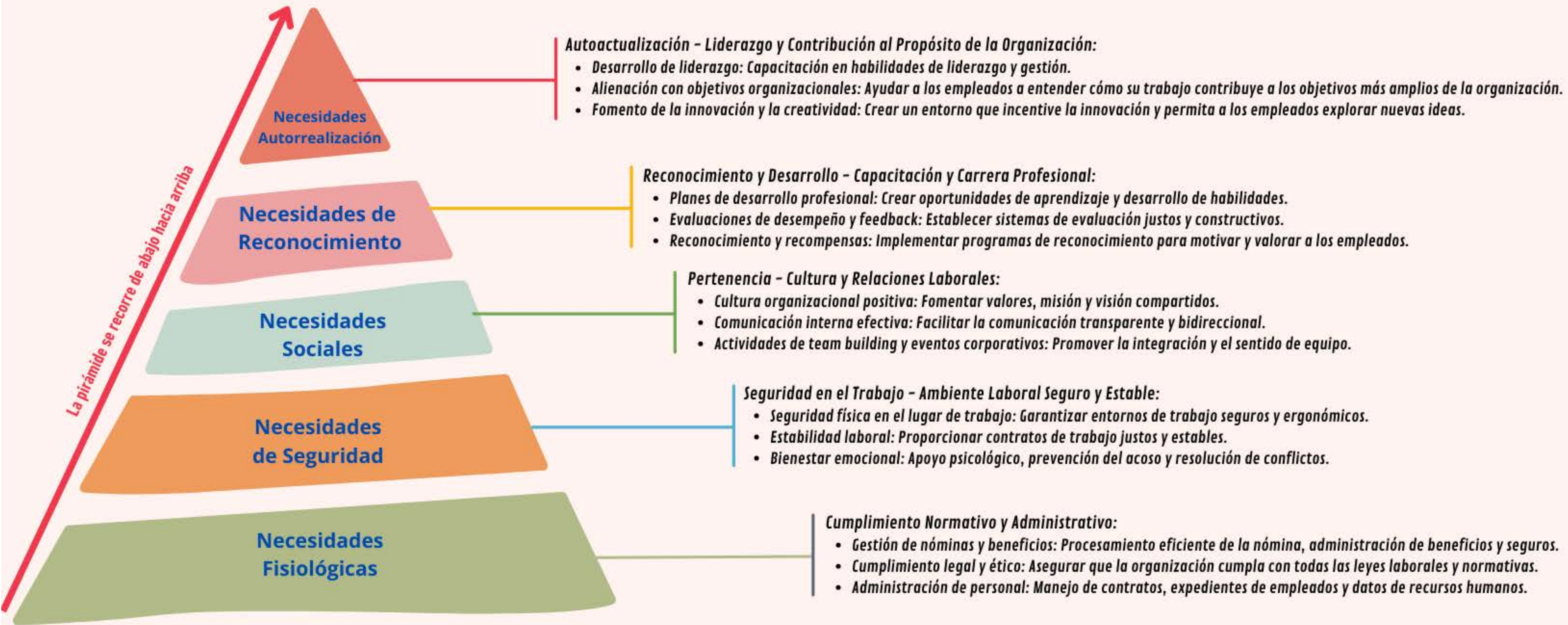


Pirámide de Maslow de la orientación laboral

Esta estructura proporciona un marco para entender y mejorar la orientación laboral, desde las necesidades básicas de herramientas y preparación hasta la realización y contribución significativas en el ámbito profesional.

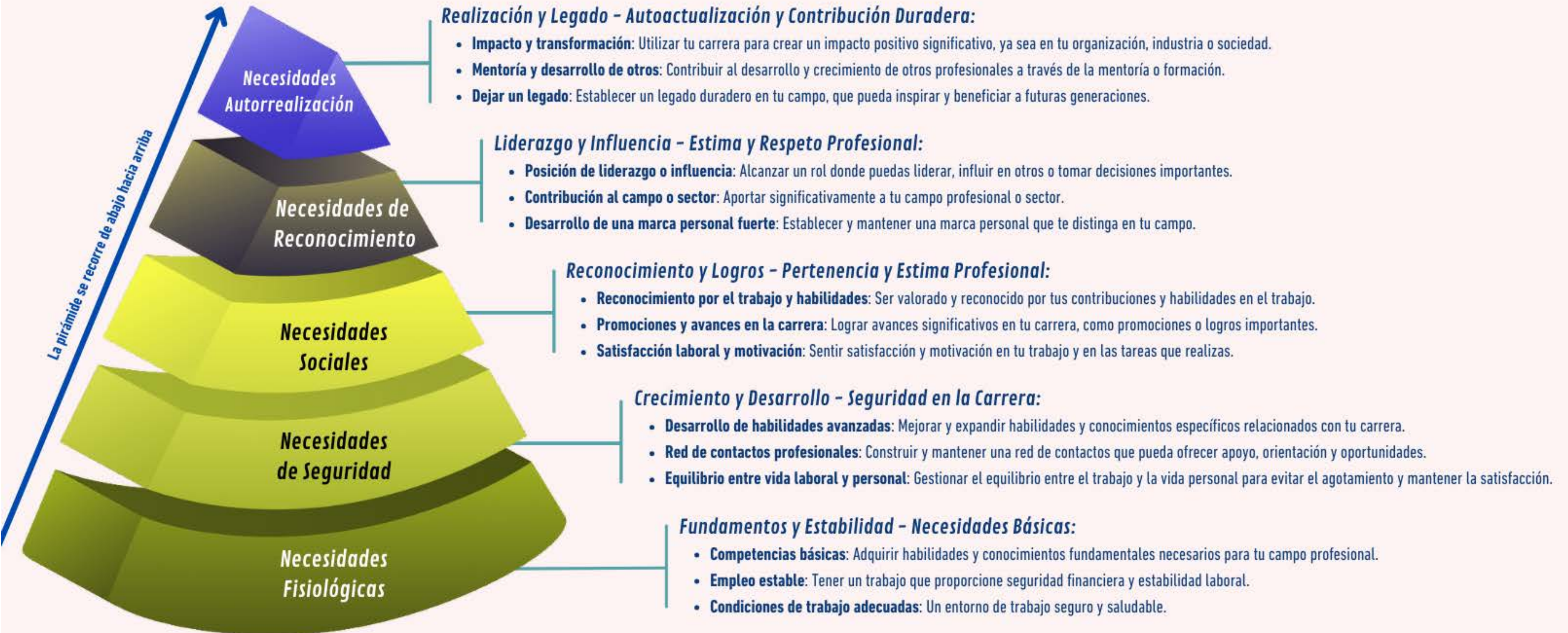


Pirámide de Maslow para un departamento de recursos humanos



Pirámide de Maslow del éxito profesional

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar el éxito profesional, desde la adquisición de habilidades básicas y la estabilidad laboral hasta la realización personal y la creación de un legado duradero en tu carrera.



Análisis DAFO para la búsqueda de empleo

DEBILIDADES

Dificultades y limitaciones internas

- En qué no soy bueno
- Qué pide el mercado que no tengo
- Escasa o nula visibilidad
- Mala reputación
- Búsqueda de empleo deficiente
- Poca experiencia

FORTALEZAS

Características y habilidades internas

- En qué soy muy bueno
- En qué soy diferente
- Titulaciones, idiomas, formación, ...
- Buena marca personal
- Buena visibilidad

D

A

ANÁLISIS
DAFO

F

O

AMENAZAS

Dificultades y limitaciones externas

- Qué amenaza mi profesión
- Cambios normativos en mi contra
- Mala situación de la economía
- Profesión en decadencia

OPORTUNIDADES

Características y habilidades

- Qué tecnologías puedo aprovechar ^{externas}
- Cambios normativos a favor
- Buena situación de la economía
- Profesión en alza
- Posibilidad de emprender

Algunas cosas que debieras estar haciendo para tener hueco en el mercado laboral en los próximos años



Haz un buen trabajo de tu marca personal, con estrategia y plan de trabajo adecuados



Trabaja tu visibilidad, si eres invisible nadie te encontrará para un trabajo, proyecto, emprendimiento, ...



Estudia la evolución del mercado laboral en general, y en especial, la más relacionada con tu trabajo



Aprende a hacer una buena gestión de tu tiempo, mejorará tu productividad y aumentará tu empleabilidad



Trabaja tu empleabilidad desde todos los ámbitos posibles para ser aceptado por el mercado laboral



Trabaja las soft skills más importantes y útiles para tu futuro profesional. Primero tienes que Identificarlas



Debes formarte en todas aquellas materias de interés para tu trabajo. Aprendizaje en tiempo real



Trabaja tu actitud, cada vez será más importante a la hora de tener cabida en el mercado laboral



El activo más importante con el que cuentas para tu futuro profesional eres tú, ten iniciativa



Estudia cómo la inteligencia artificial (y otras tecnologías) puede afectar a tu trabajo y úsala en tu beneficio



Abandona los prejuicios, solo sirven para limitar tus posibilidades de futuro



Diseña un buen "Plan B", e incluso un "Plan C", y un "Plan D", ...
Y diversifica los riesgos

Matriz urgente/importante de la búsqueda de empleo

URGENTE

NO URGENTE

IMPORTANTE

El día a día y lo que no has hecho en su momento

- Responder a ofertas de empleo con plazos de solicitud inminentes.
- Preparar y asistir a entrevistas de trabajo programadas.
- Enviar solicitudes para ofertas de empleo que se ajustan perfectamente a tu perfil.
- Contactar con referencias o recomendadores para puestos específicos.
- Realizar tareas o pruebas específicas solicitadas por empleadores potenciales.
- Renovar documentos o certificaciones que son necesarios para aplicar a ciertas ofertas.



La zona en la que más tiempo tienes que invertir

- Mejorar tu CV y cartas de presentación.
- Ampliar tu red de contactos profesionales para futuras oportunidades.
- Investigar y adquirir nuevas habilidades o certificaciones relevantes para tu campo.
- Actualizar tu perfil en plataformas profesionales y redes sociales.
- Establecer objetivos a largo plazo para tu carrera profesional. Desarrollar tu marca personal.
- Investigar empresas y sectores de interés para futuras aplicaciones.
- Adquirir las competencias necesarias.



NO IMPORTANTE

El día a día de dudosa utilidad

- Contestar correos electrónicos y mensajes de networking general.
- Asistir a eventos de networking no específicos de tu sector.
- Revisar diariamente listados de empleo para no perder oportunidades.
- Organizar y mantener actualizado tu calendario de búsqueda de empleo.
- Seguir consejos generales de búsqueda de empleo o asistir a seminarios web.
- Aplicar a empleos que no son ideales pero pueden ofrecer experiencia relevante a corto plazo.



El tiempo que inviertes aquí lo tiras a la basura

- Navegar sin objetivo en páginas de empleo.
- Dedicar tiempo a ofertas de trabajo que no coinciden con tus habilidades o intereses.
- Revisar constantemente el correo electrónico o redes sociales sin un propósito específico.
- Participar en cursos o talleres que no contribuyen a tus objetivos profesionales.
- Asistir a entrevistas para puestos en los que no estás realmente interesado.
- Leer artículos o ver videos no relacionados con tu campo o búsqueda de empleo.



ICEBERG DE LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

¿Cómo percibimos el éxito de los demás en la búsqueda de empleo?

LO QUE LA
GENTE VE

Has encontrado trabajo

LO QUE LA
GENTE NO VE
(O NO QUIERE VER)

Trabajo realizado en definir tus objetivos
Conocimiento canales de búsqueda de empleo
Formación / competencias
Actitud
Esfuerzo / constancia / compromiso
Gestión de la empleabilidad
Desarrollo de marca personal
Visibilidad / networking / contenidos
Habilidades sociales y de comunicación
Adaptación al cambio
Sacrificios personales

10 puntos en los que se puede resumir la Búsqueda de Empleo

- 1 Sin red de **contactos** "potente" tienes escasas posibilidades de encontrar trabajo..
- 2 La búsqueda de empleo es principalmente **digital**.
- 3 El currículum vitae está siendo sustituido por la **marca personal**..
- 4 Si **Google** no dice nada de tí, no existes.
- 5 Hay que **pensar siempre como si buscaras empleo** de forma activa.
- 6 Los **dinosaurios** se extinguieron una vez y lo volverán a hacer.
- 7 Hay que estar preocupado y ocupado en mantener la **Empleabilidad**.
- 8 ¿Cómo quieres que reparen en tí, si hay **100.000 iguales que tú**?
- 9 Si tú no te preocupas de tu **Carrera Profesional**, no esperes que lo hagan los demás..
- 10 Piensa **si resultarías interesante** si quitas de tu tarjeta tu cargo actual en tu empresa.



Empleos en auge en España para 2023 según LinkedIn

1. Especialista en ventas
2. Ejecutivo/a de cuentas
3. Analista de ciberseguridad
4. Responsable de crecimiento
5. Consultor/a de sostenibilidad
6. Responsable de desarrollo de negocio
7. Experto/a logístico
8. Responsable de relaciones con el cliente
9. Ingeniero/a de confiabilidad de sitio
10. Ingeniero/a de inteligencia artificial
11. Ingeniero/a de soluciones
12. Ingeniero/a de sistemas en la nube
13. Ingeniero/a de datos

14. Analista de banca de inversión
15. Responsable de ensayos clínicos
16. Experto/a en cadena de suministro
17. Ingeniero/a de ciberseguridad
18. Consultor/a de ingeniería de software
19. Director/a de ingeniería
20. Desarrollador/a de back-end
21. Investigador/a de experiencia de usuario
22. DevOps Engineer
23. Delivery Manager
24. Ingeniero/a de plataforma
25. Responsable de marketing en redes sociales

25 PROFESIONES QUE MÁS CRECEN EN ESPAÑA 2024, SEGÚN LINKEDIN



Estos datos proceden de LinkedIn.

- 1 ANALISTA DE CENTRO DE OPERACIONES DE SEGURIDAD
- 2 ANALISTA DE DESARROLLO DE SOFTWARE
- 3 RESPONSABLE DE SOSTENIBILIDAD
- 4 KEY ACCOUNT SALES MANAGER
- 5 REPRESENTANTE DE DESARROLLO DE VENTAS
- 6 EXPERTO LOGÍSTICO
- 7 RESPONSABLE DE CRECIMIENTO
- 8 INGENIERO DE PLATAFORMA
- 9 ANALISTA DE INVERSIÓN
- 10 ESPECIALISTA EN FORMACIÓN
- 11 INGENIERO DE DATOS



- 12 CONSULTOR DE SELECCIÓN DE TALENTO
- 13 INGENIERO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
- 14 SUSCRIPTOR DE SEGUROS
- 15 INGENIERO DE SEGURIDAD
- 16 CUSTOMER SUCCESS MANAGER
- 17 RESPONSABLE DE MARKETING EN REDES SOCIALES
- 18 INGENIERO DE SISTEMAS EN LA NUBE
- 19 ESPECIALISTA EN MEDIOS
- 20 INGENIERO DE INTEGRACIÓN
- 21 RESPONSABLE DE VENTAS INTERNACIONALES
- 22 INGENIERO DE APRENDIZAJE AUTOMÁTICO
- 23 MODELADOR BIM (BUILDING INFORMATION MODELING)
- 24 CONSULTOR DE IMPLEMENTACIÓN
- 25 ENGAGEMENT MANAGER



10 PERFILES DIGITALES MÁS DEMANDADOS

En España y Latinoamérica 2023

Información de INESDI



1 **DESARROLADOR DE SOFTWARE**

2 **GERENTE DE PROYECTOS DIGITALES**

3 **CONSULTOR TIC**



4 **ADMINISTRADOR DE SISTEMAS**

5 **COMMUNITY MANAGER**

6 **ANALISTA DE DATOS/BUSINESS INTELLIGENCE**

7 **ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL**

8 **ESPECIALISTA EN CONTROL DE CALIDAD**

9 **ARQUITECTO INFORMÁTICO**

10 **INGENIERO DE DATOS**



Algunos consejos para tu búsqueda de empleo



Ten claros los objetivos que persigues y diseña una estrategia adecuada



Conoce los canales de búsqueda de empleo y utilízalos de forma eficaz



Mantén siempre actualizado tu CV y el resto de los documentos



Debes formarte de forma constante y acertar sobre qué formación necesitas



Trabaja constantemente tus habilidades sociales y de comunicación



Las redes sociales son un gran aliado en tu búsqueda de empleo



Piensa **siempre** como si estuvieras buscando trabajo de forma activa



Trabaja adecuadamente tu marca personal y cuida tu reputación



El trabajo por cuenta ajena no es la única alternativa que existe



Sin visibilidad nadie te va a llamar para una oferta de trabajo. ¡Trabájala!



Si no lo consigues con tus medios, busca la ayuda adecuada.



Por supuesto, siempre debes de tener un Plan B (y C, D, E, F, ...)

CÓMO AFRONTAR LA BÚSQUEDA DE EMPLEO CUANDO NO SE TIENE EXPERIENCIA LABORAL



Encontrar empleo sin experiencia laboral puede parecer un desafío, pero existen estrategias efectivas para superar este obstáculo. Aquí vemos una guía para maximizar tus oportunidades de encontrar un buen trabajo, incluso sin experiencia previa:

1. Autoevaluación y definición de objetivos:

- Identifica tus habilidades: evalúa tus habilidades blandas o soft skills (como comunicación, trabajo en equipo, resolución de problemas, pensamiento crítico, ...) y habilidades técnicas o hard skills adquiridas a través de la educación, cursos, hobbies o voluntariado.
- Define tus intereses: considera qué tipo de trabajo te gustaría hacer y en qué industrias podrías encajar mejor, basándote en tus intereses y pasiones.



2. Educación y formación:

- Certificaciones y cursos online: completa cursos en línea relacionados con el campo en el que deseas trabajar. Las plataformas como Coursera, edX, o UdeMY ofrecen cursos que pueden agregar valor a tu CV.
- Proyectos personales: emprende proyectos personales que puedan demostrar tus habilidades prácticas y compromiso, especialmente relevantes en campos creativos o técnicos.

3. Experiencia alternativa:

- Voluntariado: busca oportunidades de voluntariado relacionadas con tu campo de interés. Estas experiencias pueden proporcionarte habilidades transferibles relevantes.
- Pasantías y prácticas: aunque sean posiciones no remuneradas o de bajo salario, pueden ofrecerte experiencia relevante y oportunidades de networking.
- Proyectos freelance: realizar trabajos independientes o freelances puede ayudarte a construir un portafolio y ganar experiencia práctica.



4. Networking:

- Eventos del sector y ferias de empleo: asiste a eventos relevantes para tu campo de interés para conocer profesionales y aprender sobre oportunidades de empleo.
- LinkedIn y redes sociales: crea y mantén un perfil profesional en LinkedIn, participa en grupos de tu sector y conecta con profesionales y reclutadores.
- Contactos personales: informa a amigos, familiares y conocidos sobre tu búsqueda de empleo. A menudo, las oportunidades surgen de donde menos se espera.

5. Optimización del CV y carta de presentación:

- Enfócate en habilidades y logros: en lugar de la experiencia laboral, destaca tus habilidades, logros académicos, proyectos personales y cualquier experiencia de voluntariado o pasantía.
- Personalización: adapta tu CV y carta de presentación para cada aplicación, enfocándote en cómo tus habilidades únicas pueden beneficiar al empleador.



6. Preparación para entrevistas:

- Investiga a la empresa: conoce bien a la empresa y el puesto para el cual estás aplicando. Esto demuestra interés y preparación.
- Practica respuestas: prepara respuestas para preguntas comunes de entrevistas, especialmente aquellas que te permitan hablar sobre tus habilidades y cómo compensan la falta de experiencia laboral.

7. Plataformas de búsqueda de empleo:

- Sitios web especializados: Utiliza sitios web de empleo y plataformas especializadas en tu sector o en puestos que no requieran experiencia.
- Aplicaciones móviles: muchas aplicaciones móviles están diseñadas para ayudar en la búsqueda de empleo, permitiéndote buscar y aplicar a puestos fácilmente.



8. Considera posiciones de nivel de entrada o transitorias:

- Empleos de nivel de entrada: apunta a posiciones de nivel de entrada que requieran poca o ninguna experiencia previa.
- Trabajos temporales: considera trabajos temporales o de medio tiempo. Estos pueden ofrecer experiencia relevante y posibles oportunidades de empleo a largo plazo.

9. Persistencia y aprendizaje continuo:

- Mantén una actitud positiva: la búsqueda de empleo puede ser un proceso largo. Mantén una actitud positiva y sé persistente.
- Aprende de cada experiencia: utiliza cada aplicación y entrevista como una oportunidad de aprendizaje para mejorar en el futuro.



Algunos motivos por los que un profesional cambia con mucha frecuencia de empresa



Parece que el cambio constante de empresa es una moda.



El trabajador no sabe lo que quiere y cree que cambiar de empresa le ayudará



Se deja influenciar de forma constante por su entorno.



No le gusta su trabajo, y cree que los demás trabajos son mejores.



En algunas ocasiones el trabajador descubre que simplemente no le gusta trabajar.



En el único objetivo del profesional es sólo ganar más dinero.



Hay quienes creen que el cambio empresa soluciona sus problemas "internos".



No se dan cuenta de que si nunca se integran en una empresa el problema está en el "interior".



Muchos profesionales se empeñan en el trabajo por cuenta ajena, cuando su vocación es se freelance.



Muchos profesionales no tiene un objetivo de "vida" claro y por ello tampoco profesional.



En muchas ocasiones es cambian por cambiar, sin pararse a reflexionar sobre su problema.



En ocasiones el profesional "se aburre" hasta de aburrirse.

Aspectos a tener en cuenta a la hora de valorar un puesto de trabajo que quieres desempeñar



¿Me gusta?
¿Está alineado con mi proyecto de carrera profesional?



¿Tengo o puedo adquirir la formación y habilidades que el puesto de trabajo requiere?



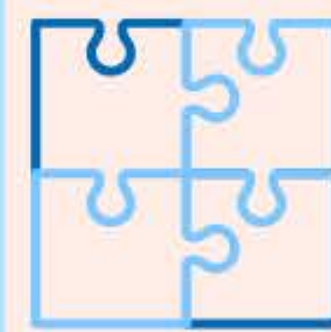
¿Qué futuro tiene el sector y el puesto trabajo?
¿Qué estabilidad ofrece?



¿Qué rango salarial tiene el puesto de trabajo?
¿Qué evolución del salario se espera?



¿Qué empresas tienen el puesto de trabajo?
¿En qué geografía?
¿Cómo son esas empresas?



¿Es compatible con tu situación personal actual y futura?



¿El puesto de trabajo admite Teletrabajo o Trabajo Híbrido? ¿Tiene otros beneficios sociales?



Si me arrepiento o cambio de opinión, ¿este puesto de trabajo a qué otros puestos me podría conducir?



¿Qué reputación tiene el sector?
¿Qué reputación tiene el puesto de trabajo?



¿Qué tipo de carrera profesional se puede tener con este puesto de trabajo?
¿Me conviene?



¿Los valores del puesto de trabajo y de las empresas que lo tienen, están alineados con los míos?



¿Qué te dice tu instinto?
¿Qué puedes deducir de las personas que desempeñan ese puesto de trabajo?

36 Canales de Búsqueda de Empleo

Contactos personales
Networking



Portales de Empleo



Empresas de Trabajo
Temporal (ETT)



Empleo Público
Oposiciones



APPs móviles de
búsqueda de empleo



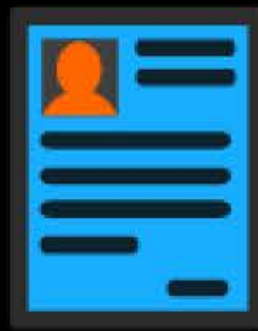
Anuncios en prensa
general/especializada



CV en web de empresa
Trabaja con nosotros



Llevar el Currículum
en mano a empresas



Enviar Currículum por
email a empresas



Anuncios en la sede
de las empresas



Servicios Públicos
de Empleo



Oficinas de
Orientación Laboral



Lanzaderas
de Empleo



Agencias
de colocación



Colegios/Asociaciones
Profesionales



Bolsas de Empleo
Públicas/Privadas



Redes Sociales
Generalistas



Redes Sociales
Profesionales



Marca Personal



Portales Freelance



Crear una Empresa Autoempleo



Programa TV "Aquí hay Trabajo"



Consultoras de Gestión de Personal



Prácticas en Empresas



Becas investigación
Otras becas



Foros de Empleo



Ferias de Empleo



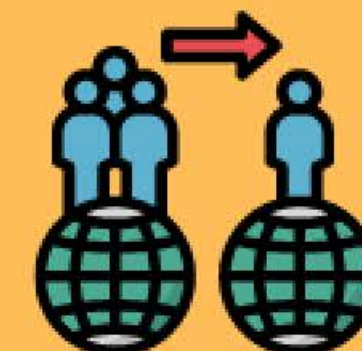
Trabajo en el extranjero



Bolsas Universidad y centros de FP



Asociaciones de ayuda a migrantes



Plan de Empleo
(Cruz Roja Española)



Formación compromiso de contratación



Garantía Juvenil



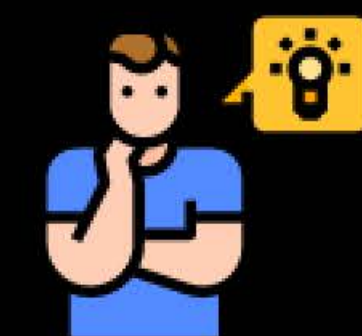
Google
Buscar Empleo



Vives Emplea
(Acción contra el Hambre)



Otros medios que se te ocurran



12 COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Videoconferencias



Cada vez es más habitual que se realicen entrevistas de trabajo a través de herramientas de videoconferencias.

Almacenamiento Nube



Además de ser una competencia de interés, disponer de una almacenamiento en la nube con el CV, vida laboral, DNI, ... siempre ayuda

Tratamiento textos



El tratamiento de textos es una de la competencias digitales más demandadas. Además nos permite crear y mantener el Currículum.

Correo electrónico



La mayoría de las webs de búsqueda de empleo para su uso nos requieren el correo electrónico. Además, las empresas lo usan para comunicarse.

Redes sociales



Cada vez son más las ofertas de trabajo que se publican de forma exclusiva en las redes sociales, hemos de disponer de cuentas en ellas.

Contenido digital



Para tener una presencia adecuada en los medios sociales es importante publicar en ellos, por lo que el contenido digital es necesario.

Comunicación digital



A la hora de buscar trabajo hay una parte muy importante de comunicación en formato digital. Hemos de disponer de esta competencia.

Interacción digital



En el proceso de búsqueda de empleo se pueden producir un elevado número de interacciones digitales que hemos de saber gestionar.

Búsqueda avanzada



A la hora de localizar ofertas, información sobre empresas, noticias de interés, ... es imprescindible hacer buenas búsquedas en Internet.

Networking digital



Los contactos personales siguen siendo uno de los canales de empleo más importantes, por ello el networking digital es cada vez más necesario.

Hoja del cálculo



Además de ser una competencia muy demandada para trabajar, nos permite llevar un buen registro de la actividad de búsqueda de empleo.

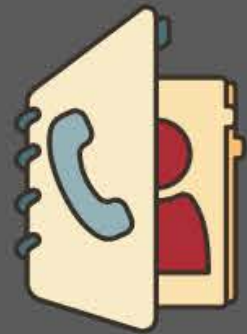
Aprendizaje digital



Aprender, adquirir nuevas competencias, ... es imprescindible a la hora de mantener la empleabilidad y buscar empleo.

16 RAZONES PARA USAR LAS REDES SOCIALES EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Gestionar Contactos Networking 2.0



Las redes sociales permiten aumentar las posibilidades de hacer networking y aumentar nuestra red de contactos, un elemento crítico para el empleo..

Ofertas de Trabajo (alguna solo en RRSS)



En las redes se publican ofertas de trabajo, algunas de ellas se publican de forma exclusiva en estos medios. Si no estamos perdemos el acceso a ellas.

Visibilidad en Google



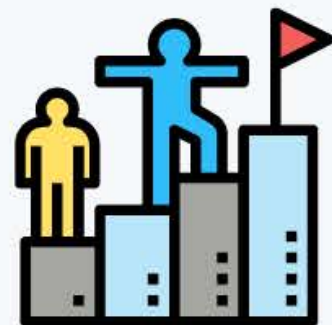
Hemos de ser visibles en Google, teniendo cuenta en redes y actividad seremos visibles en este buscador. Si "no te encuentro, no te contacto"

Orientación Laboral



Otra de las posibilidades que tenemos en redes es disponer de consejos de orientación laboral que nos pueden ayudar a mejorar nuestra búsqueda.

No dar ventaja a tus competidores



Si tu competencia está en redes sociales y tú no, les estás dando ventaja competitiva. Tienen ventajas los candidatos con presencia en las redes.

Mejorar tu Empleabilidad



Las redes sociales ayudan a la mejora de la Empleabilidad, amplias tu red de contactos, aprendes, conoces empresas, ...

Para los NetHunters las RRSS son el canal



Los nethunters buscan candidatos en las redes, si no estás no podrás participar en sus procesos de selección. Cada vez hay más nethunters.

Conocer nuevas Empresas/Profesionales



Las redes sociales nos permiten conocer a gran cantidad de empresas y profesionales que de otro modo sería muy difícil (o casi imposible).

Marca Personal



Las redes sociales nos ayudan a aprender sobre marca personal y también a difundir la nuestra. La marca personal es cada vez más importante.

Estar Informado Actualidad/Sector



Estar muy bien informado sobre la actualidad y sobre tu sector ayuda a tu Empleabilidad, las redes nos ayudan en este sentido.

Canal comunicación Empresa/Reclutador



Las redes sociales son un gran canal de comunicación entre profesionales y con las empresas. Muchos candidatos son contactados por redes.

Aprender/Enseñar



Las redes sociales son un gran canal para aprender, también para enseñar. Y recuerda, "la mejor forma de aprender es enseñar".

Gestión/Monitorización de tu Reputación



Parte de tu reputación se mueve por las redes sociales, debes monitorizarla y gestionarla. La reputación es parte importante de la Emplabilidad.

Las RRSS son una competencia



Gestionar redes sociales es una competencia muy valorada por gran cantidad de empresas, y muy útil para muchos puestos de trabajo.

Aumentar tu alcance geográfico



Las redes sociales ayudan a aumentar el alcance geográfico de tu comunicación y de tus contactos. A mayor geografía, más posibilidades".

Descubrir ideas, oportunidades, ...



Puedes descubrir gran cantidad de ideas para montar un negocio, descubrir oportunidades laborales, conocer reclutadores, ...

MOTIVOS POR LOS QUE UNA BUENA PRESENCIA EN MEDIOS SOCIALES ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



Una buena presencia en medios sociales es cada vez más crucial en la búsqueda de empleo. Las plataformas digitales no solo sirven como una vía para conectar con otros profesionales y posibles empleadores, sino que también actúan como un escaparate de tu marca personal y profesionalidad. Aquí vemos algunas de las razones por las que mantener una buena presencia en medios sociales positiva y activa es importante en la búsqueda de empleo:

1. Aumenta tu visibilidad ante reclutadores:

- Descubrimiento por parte de reclutadores: muchos reclutadores usan redes sociales como LinkedIn para encontrar candidatos activos y pasivos. Una presencia sólida te hace más visible.
- Evidencia de tu red profesional: una red amplia puede impresionar a los reclutadores y mostrar que estás bien conectado en tu sector.



2. Demuestra tu conocimiento de la industria:

- Publicación de contenido relevante: compartir y comentar sobre tendencias actuales del sector demuestra tu conocimiento y pasión por tu campo.
- Participación en discusiones: participar en discusiones relevantes en línea puede mostrar tu capacidad para contribuir de manera significativa a tu sector.

3. Respalda tu marca personal:

- Cohesión de la marca personal: tu presencia en línea debe reflejar y respaldar tu marca personal, mostrando coherencia entre lo que dices y haces.
- Diferenciación: una marca personal única te distingue en un mercado laboral competitivo.

4. Proporciona pruebas de tus habilidades:

- Portfolio digital: para profesiones creativas, las redes sociales pueden actuar como un portafolio de tu trabajo.
- Habilidades de comunicación: tus interacciones y la forma en que te presentas en línea pueden ser indicativas de tus habilidades de comunicación y profesionalidad.



5. Facilita el networking profesional:

- Construcción y mantenimiento de la red de contactos: las redes sociales son herramientas poderosas para conectarse con profesionales del sector, mentores y colegas.
- Acceso a oportunidades: a través de tu red, puedes descubrir oportunidades de empleo que no se publican en los canales tradicionales.

6. Muestra tu compromiso con el desarrollo profesional:

- Aprendizaje continuo: compartir artículos, participar en webinars o cursos en línea y luego discutir estos aprendizajes en línea muestra un compromiso con tu desarrollo profesional.
- Adaptabilidad tecnológica: una presencia activa y competente en redes sociales también demuestra tu capacidad para adaptarte a nuevas tecnologías.



7. Provee insights sobre tu personalidad y valores:

- Alineación cultural: los empleadores a menudo buscan candidatos que no solo sean competentes técnicamente, sino que también encajen bien con la cultura de la empresa.
- Intereses personales: lo que compartes en línea puede dar una visión de tus intereses y valores personales, lo cual puede ser relevante para algunos empleadores.

8. Ofrece oportunidades de mentoría:

- Conexión con mentores: las redes sociales te permiten seguir y conectarte con líderes de la industria y potenciales mentores.
- Aprendizaje de expertos: puedes aprender mucho de los contenidos compartidos por profesionales experimentados en tu campo.

9. Ayuda a investigar a empleadores potenciales:

- Conocimiento de la empresa: seguir a empresas de interés en redes sociales te puede proporcionar valiosa información sobre su cultura, valores y noticias recientes.
- Preparación para entrevistas: esta información puede ser útil para personalizar tus aplicaciones y prepararte para las entrevistas de trabajo.



10. Gestión de la reputación en línea:

- Imagen profesional: mantener tus perfiles de redes sociales profesionales y libres de contenido potencialmente dañino es crucial para gestionar cómo te perciben los posibles empleadores.
- Control de la narrativa: puedes controlar la narrativa sobre quién eres profesionalmente y cómo quieres ser visto.



LinkedIn Algunos consejos para el uso profesional de LinkedIn

Versión 2



Ten claros los objetivos que persigues y diseña una estrategia adecuada



El perfil de LinkedIn debe de estar actualizado en todo momento



Publicar con regularidad aumenta las posibilidades de éxito en la red



Debes estar atento a las notificaciones y obrar en consecuencia



Debes ampliar la red de contactos de forma constante



Debes contestar los mensajes privados en tiempo y forma



Mira las estadísticas y mira la evolución de tu LinkedIn



Haz seguimiento de los hashtags que más te interesen



Interactúa con los demás, la interacción es muy importante



Cuida con esmero las imágenes y la descripción de tu perfil



Gestiona bien los conocimientos y aptitudes de tu perfil



Si ves que los servicios de pago te son útiles, plantéate su uso

Algunos consejos para el uso profesional de Instagram



Ten claros los objetivos que persigues y diseña una estrategia adecuada



Aprende a manejar la plataforma con todas sus funciones



El perfil tiene que estar optimizado, ser claro y adecuado a tus intereses



Sin una buena estrategia en Instagram es muy difícil tener éxito



Estudia y analiza a la competencia, seguro que aprenderás



Publica de forma regular, contenido de calidad, mix más adecuado, ...



Debes contestar los mensajes privados en tiempo y forma



Las publicaciones deben de hacer un buen uso de los hashtags



La interacción en Instagram es vital, obra en consecuencia



Monitoriza las estadísticas, analiza los datos y toma las decisiones oportunas



Verifica tu perfil si consideras que es útil para tu cuenta



Utiliza la publicidad si consideras que es una buena opción

Algunos consejos para el uso profesional de TikTok



Ten claros los objetivos que persigues y diseña una estrategia adecuada



Aprende a manejar la plataforma con todas sus funciones



El perfil tiene que estar optimizado, ser claro y adecuado a tus intereses



Sin una buena estrategia en TikTok es muy difícil conseguir el éxito



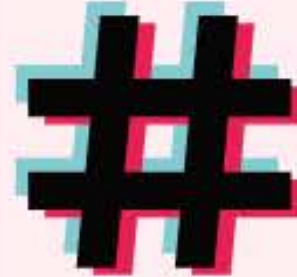
Estudia y analiza a la competencia, te ayudará a mejorar



Publica de forma regular, contenido de calidad, mix más adecuado, ...



Utiliza el SEO para ayudar al algoritmo de TikTok



Las publicaciones deben de hacer un uso adecuado de los hashtags



La interacción en TikTok es importante, trabájala bien



Monitoriza las estadísticas, analiza los datos y toma las decisiones oportunas



Debes de estar atento a todos los cambios que se produzcan en TikTok



Utiliza la publicidad si consideras que es una buena opción

Algunos ejemplos de uso de las redes sociales que pueden hacerte perder el trabajo



Algunos ejemplos de uso de las redes sociales que pueden hacerte perder el trabajo

diariolaley

LA LEY

Portada Opinión Jurisprudencia Ciberderecho Legal Management BOE al día

Buscador: Buscar

RESEÑA DE SENTENCIAS

¿Me pueden despedir por criticar a mi empresa en redes sociales?

23/09/2019

Aunque el perfil de una red social no esté relacionado con la empresa, un tribunal ha dictado que al trabajador puede ser despedido si es fácil deducir que los comentarios van dirigidos a compañeros o a jefes.

J.M. Barjola. La libertad de expresión es un derecho cuyo ejercicio provoca un gran número de litigios. Opinar en medios públicos puede chocar con derechos de terceros como el honor, la integridad moral o la intimidad. En este contexto, las redes sociales están en el punto de mira. Un ejemplo es la reciente resolución del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, de 11 de julio de 2019 (LA LEY 122261/2019), donde se confirma el despido de un trabajador que utilizó repetidamente su perfil de Twitter para lanzar comentarios contra sus jefes o sus compañeros. Aunque no se mencione a la empresa, el tribunal ha sentenciado que era fácil identificar a las personas destinatarias de los ataques, ya que el trabajador se mostraba a sus seguidores con su nombre y su imagen.

Asuntos como este han acabado con frecuencia en tribunales. Los trabajadores, creyéndose amparados por el anonimato de sus perfiles, utilizan sus redes para desfogarse quebrantando a la confianza de la empresa.

¿Cuándo se supera el límite entre la mera opinión y la ofensa? ¿Qué casos se han dado? Revisemos los antecedentes jurisprudenciales más relevantes sobre el asunto.

Públicos y dañinos

En general, los tribunales han incidido en que, para despedir, es necesario que los comentarios hayan tenido una publicidad suficiente y gocen de potencial para dañar el prestigio de la empresa.

En este sentido:

No es necesario una mención específica a la empresa.

Tus fotos en Facebook pueden servir de prueba para tu despido

Varias sentencias avalan el uso de imágenes publicadas en redes sociales para despedir a empleados, siempre y cuando la información esté en abierto y acredite mala fe contractual por parte del trabajador.

Actuemos ahora. Actuemos juntos. Invirtamos en ETD.

La fotos publicadas en Facebook pueden ser usadas como prueba para un despido. / EFE

Invirtamos en ETD.

ECONOMIST&JURIST

JUEVES, 11 DE ABRIL DE 2023

ACTUALIDAD • ARTÍCULOS • ESTILO DE VIDA • WEBINARS • BIMEROTECA • TV • PREMIUM

Despedida por irse de romería estando de baja médica por ciática

La mujer iba ataviada con un traje de flamenca y calzado de esparto con cuña alta

Javier Izaguirre Fernández
Redactor de Economist & Jurist.

TEJIDO DE LECTURA 1 MIN
PUBLICADO 04/03/2022

DESCARGAR GRATIS

Lo más leído

1. Modificaciones de la ordenanza de la Zona de Bajas Emisiones de Barcelona
2. Seis meses de prisión por ser una trabajadora fantasma
3. La edad del hijo representa un cambio esencial en la custodia compartida
4. Desestimación de demanda monitoria y condena en costas por temeridad en recurso de apelación
5. Las administraciones públicas no pueden imponer a los ciudadanos la cña previa
6. La Ley de Familias ampliará las causas de nulidad de los despidos

noticias de Gipuzkoa

Despedido por realizar a pie y publicar 100 rutas de montaña estando de baja

El Supremo ha ratificado la procedencia del despido de un empleado que tenía incapacidad temporal por un accidente de tráfico

MIGUEL ÁRIZ | NYM

25/09/22 | 18:09

Queremos más

AHORRA HASTA 600€

Algunos tipos de Entrevista de Trabajo

Según el nº de asistentes

- Individual
- Grupal
 - Uno a varios
 - Varios a uno
 - Varios a varios



Según el formato

- Presencial
- Videoconferencia
- Telefónica



Según la estructura

- Estructurada
- No estructurada
- Mixta



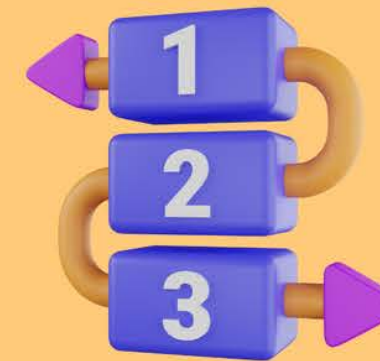
Según el objetivo

- De competencias
- De tensión
- De creatividad



Según el nº de entrevistas

- Única
- En panel
- Encadenadas



Otros Tipos

- Simulación
- Entrevista técnica
- Juego de rol



Algunas razones por las que no te llaman a una Entrevista de Trabajo



Por lo que ven (o no) en tus Redes Sociales



Tu perfil profesional no se demanda



Tu currículum es inferior al de tus competidores



Te faltan habilidades o competencias para el puesto de trabajo al que optas



No utilizas los canales de búsqueda de empleo más adecuados para tu perfil



Tu Reputación online (y offline) no es buena



Tu currículum y/o marca personal son poco atractivos



Tu currículum presenta muchas lagunas no explicadas o es inconsistente



Tu currículum indica que hace mucho tiempo que no te reciclas



Tu currículum o marca personal indican falta de interés/motivación para el trabajo



Has mentido en tu currículum



Currículum mal redactado o que transmite dejadez

Pirámide de Maslow de la Entrevista de Trabajo

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar la preparación y ejecución de las entrevistas de trabajo, desde la preparación básica y el desarrollo de habilidades hasta el crecimiento personal y la preparación para futuras oportunidades.



LA IMPORTANCIA DE LA PREPARACIÓN DE LAS ENTREVISTAS EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La preparación adecuada para las entrevistas de trabajo es un paso crucial en el proceso de búsqueda de empleo. Una buena preparación no solo incrementa tus posibilidades de éxito, sino que también puede influir en cómo percibes y manejas el proceso en su totalidad. Aquí verás los motivos principales por los cuales la preparación para entrevistas es fundamental:

1. La primera impresión cuenta:

- Profesionalismo: mostrar que te has preparado adecuadamente para la entrevista demuestra profesionalismo y respeto hacia el entrevistador y la empresa.
- Impacto inicial: la primera impresión es determinante y una preparación sólida te ayuda a presentarte de la mejor manera posible.



2. Mejora de la confianza y reducción de la ansiedad:

- Familiaridad: conocer de antemano el formato de la entrevista, los posibles temas a tratar y tener respuestas preparadas reduce la ansiedad y te hace sentir más seguro.
- Control: sentir que tienes control sobre cómo presentarte y responder a las preguntas mejora tu confianza durante la entrevista.

3. Demostración de interés y compromiso:

- Investigación de la empresa: Tomarte el tiempo para investigar sobre la empresa, su cultura, y el puesto específico muestra un genuino interés en la posición.
- Preparación de preguntas: Preparar preguntas inteligentes y relevantes para hacer al final de la entrevista demuestra tu compromiso y deseo de aprender más sobre el rol y la organización.



4. Destacar entre los candidatos:

- Personalización de respuestas: personalizar tus respuestas para reflejar cómo puedes contribuir específicamente a la empresa te puede distinguir de otros candidatos.
- Historias y ejemplos efectivos: preparar historias de éxito y ejemplos concretos de tu experiencia laboral pasada demuestra tu competencia de manera efectiva.

5. Negociación de la oferta:

- Conocimiento del valor de mercado: investigar sobre el salario y beneficios típicos para el puesto te prepara para negociar tu oferta de manera informada.
- Justificación de tus demandas: estar preparado te permite argumentar convincentemente por qué mereces lo que estás pidiendo, basado en tu experiencia y habilidades.

6. Comprensión y alineación con la cultura de la empresa:

- Valores y misión: entender la cultura, valores y misión de la empresa te permite demostrar cómo tus valores personales se alinean con los de la organización.
- Integración: mostrar que eres un buen ajuste cultural puede ser tan importante como tus habilidades técnicas para el puesto.



7. Desarrollo de habilidades de entrevista:

- Comunicación efectiva: la preparación ayuda a mejorar tus habilidades de comunicación, permitiéndote expresar tus ideas de forma clara y concisa.
- Manejo de preguntas difíciles: practicar respuestas a preguntas complicadas te prepara para manejar situaciones difíciles con gracia.

8. Aprovechamiento del tiempo en la entrevista:

- Enfoque: estar preparado te permite enfocarte en los puntos más importantes que deseas comunicar, asegurando que no se pasen por alto aspectos cruciales de tu experiencia o habilidades.
- Eficiencia: puedes responder de manera más efectiva y directa, lo cual es especialmente importante en entrevistas con tiempo limitado.



9. Adaptabilidad a diferentes formatos de entrevista:

- Variabilidad: las entrevistas pueden variar enormemente en formato, desde tradicionales hasta casos de estudio, técnicas, o incluso grupales.
- Preparación específica: entender el formato anticipadamente te permite prepararte de manera adecuada, ya sea practicando casos de estudio o preparándote para dinámicas grupales.

10. Feedback constructivo y aprendizaje:

- Autoevaluación: reflexionar sobre tus entrevistas previas y prepararte específicamente en áreas de mejora aumenta tus posibilidades de éxito.
- Mejora continua: cada entrevista es una oportunidad de aprendizaje, y la preparación adecuada te permite identificar y trabajar en tus áreas débiles.



LA IMPORTANCIA DEL LENGUAJE NO VERBAL EN LA ENTREVISTA DE TRABAJO PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



El lenguaje no verbal juega un papel crucial en las entrevistas de trabajo, complementando lo que se dice con señales visuales y físicas que pueden influir significativamente en la percepción del entrevistador sobre el candidato. Aquí detallamos algunas de las razones por las cuales el lenguaje no verbal es importante en una entrevista de trabajo:

1. Primera impresión:

- Apariencia general: la forma en que te vistes y presentas físicamente puede tener un impacto inmediato en la primera impresión que causas, incluso antes de hablar.
- Postura al entrar: entrar con una postura erguida y confiada proyecta seguridad y profesionalismo desde el principio.



2. Establecimiento de conexión y empatía:

- Contacto visual: mantener un contacto visual apropiado demuestra interés y confianza, mientras que evitar la mirada puede interpretarse como falta de confianza o desinterés.
- Sonrisa: sonreír de manera genuina puede crear una conexión emocional, haciendo que el entrevistador se sienta más cómodo.

3. Demostración de confianza:

- Postura corporal: una postura abierta y relajada sugiere confianza y apertura, mientras que cruzar los brazos o piernas puede percibirse como defensivo o nervioso.
- Gestos con las manos: usar gestos de las manos de manera moderada puede enfatizar lo que dices y mostrar pasión; sin embargo, demasiado movimiento puede ser distractor.

4. Gestión del estrés y de los nervios:

- Control de tics nerviosos: estar consciente de tics nerviosos, como jugar con un bolígrafo o tocarse el pelo, y controlarlos, evita transmitir ansiedad o inseguridad.
- Respiración: la respiración controlada no solo ayuda a manejar el estrés, sino que también se percibe externamente como calma y control.



5. Escucha activa:

- Asentimiento: asentir con la cabeza en momentos clave muestra que estás siguiendo y entendiendo la conversación.
- Mirada reflexiva: dar señales visuales de que estás reflexionando sobre tus respuestas antes de hablar puede indicar pensamiento crítico y atención.

6. Enfatizar la comunicación verbal:

- Reforzar el mensaje: el lenguaje corporal puede usarse para reforzar o subrayar lo que se está diciendo, haciendo el mensaje más memorable.
- Claridad en la expresión: combinar adecuadamente el lenguaje verbal y no verbal puede aclarar el mensaje y evitar malentendidos.



7. Transmisión de entusiasmo y pasión:

- Energía corporal: una energía positiva y dinámica puede transmitir entusiasmo por el puesto o la empresa.
- Expresiones faciales: mostrar interés y entusiasmo a través de expresiones faciales genuinas puede hacer que tu pasión por el trabajo sea más creíble.

8. Adaptabilidad y sensibilidad cultural:

- Conciencia cultural: en un entorno global, ser sensible y adaptarse al lenguaje no verbal específico de una cultura puede evitar malentendidos y mostrar respeto.
- Espacio personal: mantener una distancia física adecuada, que puede variar según la cultura, es crucial para no incomodar al entrevistador.



9. Conclusión de la entrevista:

- Cierre fuerte: la forma en que concluyes la entrevista, con un apretón de manos firme (cuando sea culturalmente apropiado) y contacto visual, puede dejar una última impresión positiva.
- Agradecimiento: un gesto de agradecimiento no verbal al salir, como un asentimiento o una sonrisa, refuerza una imagen positiva.



Antes de la Entrevista de Trabajo



Visita la web de la empresa
Visita sus medios sociales
Busca en Google la empresa



Opiniones trabajadores
Opiniones extrabajadores
Opiniones stakeholders



¿Qué CV tiene la empresa?
Prepara un CV actualizado
Prepara otra documentación



Localiza lugar entrevista
Calcula el tiempo
Sé puntual



Prepara las preguntas
Prepara las dudas
Entrena lenguaje no verbal



Revisa tus redes sociales
Cuida tu aspecto personal
Al entrar apaga el móvil



Infórmate del CEO
Infórmate de los directivos



Averigua la cultura y los valores de la empresa



Vete descansado
Evita los nervios



Investiga sobre la economía y el futuro de la empresa



No des por sentado que la entrevista será una entrevista "tradicional"



Intenta averiguar el sistema de entrevista que utiliza la empresa

En glassdoor.es puedes ver opiniones sobre la empresa

'GLASSDOOR'

Empleos

Empresas

Sueldos

🔍 Buscar



Amazon

● Empresa activa

📄 Resumen ▾

189 mil Opiniones

12 mil Empleos

601 mil Sueldos

51 mil Entrevistas

38 mil Beneficios

864 Fotos

84 mil Diversidad

Seguir

+ Añadir una opinión

Resumen de Amazon 3,7★

www.aboutamazon.com/

Más de 10 000 empleados

Tipo: Empresa privada (cotiza en bolsa) (AMZN)

Ingresos: Más de 10 000 millones (USD)

Competidores: Google, Microsoft, Walmart [Comparar con otra empresa](#) →

All Amazon teams and businesses, from Prime delivery to AWS, are guided by four key tenets: customer obsession rather than competitor focus, passion for invention, commitment to operational excellence, and long-term thinking. We are driven by the excitement of building ... [Leer más](#)

Empresas asociadas

Whole Foods Market 3,5★
2,1 mil empleos · 19 mil opiniones · 27 mil sueldos

Twitch 3,8★
6 empleos · 789 opiniones · 3,3 mil sueldos

¿Trabajas aquí? [Solicita tu perfil de empresa gratuito](#)

Seattle, Estados Unidos

[65 ubicaciones](#)

Fundada en 1994

[Internet y servicios web](#)

Ubicaciones de Amazon

Altrincham (Reino Unido) 1,2★

Ammán (Jordania) 3,3★

Arlington, WA 2,9★

Auburn, WA 4,6★

Auckland (Nueva Zelanda) 4,3★

[Ver todas las ubicaciones](#) >

Las mejores empresas en cuanto a "Remuneración y beneficios" cerca de ti

En glassdoor.es puedes ver opiniones sobre la empresa

[Resumen](#) [Opiniones](#) [Empleos](#) [Sueldos](#) [Entrevistas](#) [Beneficios](#) [Fotos](#) [Diversidad](#)


[Siguiendo](#) [+ Añadir una opinión](#)

Opiniones sobre Randstad

3,8 ★★★★★


76% Recomendaría a un amigo

78% Aprobación Dir. Gral.

 Sander Van t Noordende
310 valoraciones

5,0 ★★★★★

Fantastico

 Técnico

Exemplado [Alcalá de Guadaira](#)

Recomendar Aprobación director(a) gral. Perspectiva de la empresa

Ventajas
Humanidad comprensión ayuda y compromiso

Desventajas
Poder trabajar a nivel nacional

[Ver las 9522 opiniones >](#)

U.S., Canada and South...
[Leer más](#)

[Seguir](#)

[Ver todos los empleos >](#)

Otras personas que buscan empleo en Randstad también vieron

	Randstad US 3,7 ★ 5423 opiniones	Comparar
	Randstad Sourceright 4,2 ★ 2263 opiniones	Comparar
	Hays 3,5 ★ 6418 opiniones	Comparar
	Robert Walters 3,9 ★ 1381 opiniones	Comparar

Durante de la Entrevista de Trabajo



No mientas



Sé tú mismo



Mira a los ojos a la persona que te entrevista



Cuida tu comunicación no verbal



Toma notas de lo que consideres necesario



Evita interrumpir al entrevistador



Nunca subestimes a la persona que te entrevista



Usa un tono adecuado



No contestes sólo con monosílabos



No des más información de la que te solicitan (con algunas excepciones)



Causa una primera buena impresión



Pregunta todo aquello que necesites saber

Algunas preguntas que debes saber responder en una Entrevista de Trabajo (1)

Preguntas sobre la empresa



¿Por qué quieres trabajar en nuestra empresa?



¿Por qué motivos quieres cambiar de empresa?



¿Qué conoces de nuestra empresa?



¿Cómo te ves en la empresa dentro de 5 años?



¿Qué expectativas tienes de nuestra empresa?



¿Qué podrías aportar a nuestra empresa?



¿Por qué deberíamos contratarte?



¿Conoces los valores de nuestra empresa? ¿Están alineados con los tuyos?



¿Qué carrera profesional quieres tener en nuestra empresa?



¿Conoces a alguien que trabaje en la empresa?



¿Cuándo podrías empezar a trabajar en la empresa?



¿Tienes alguna pregunta sobre nuestra empresa?

Algunas preguntas que debes saber responder en una Entrevista de Trabajo (2)

Preguntas sobre el candidato



¿Cuáles son tus puntos fuertes?



¿Cuáles son tus puntos débiles?



¿Me puedes explicar estas lagunas temporales en tu currículum?



¿Tienes disponibilidad para viajar?



¿Tienes disponibilidad para cambiar de residencia?



¿Por qué razones elegiste esta profesión?



¿Nos puedes contar algún error que hayas cometido?



¿Cómo te defines?



¿Cuánto quieres ganar?



¿Qué has leído últimamente sobre tu profesión?



¿Cuáles han sido los últimos cursos que has realizado?



¿Cómo has salido de tus puestos de trabajo anteriores?

Algunas preguntas que debes saber responder en una Entrevista de Trabajo (3)

Preguntas algo más "raras"



¿Quiénes son tus referentes profesionales?



¿Qué te hace sentir incómodo?



¿Cómo reaccionas ante los cambios?



¿Qué esperas de tu jefe?



¿Cómo aprendes cosas nuevas?



¿Qué harías si fueras jefe?



¿Eres feliz?



¿Cómo reaccionas ante el estrés?



¿Estás haciendo entrevistas con otras empresas?



¿Cuáles son tus aficiones?



¿Cuál es el trabajo que más te ha gustado hasta ahora?



¿Has mentido en tu Currículum?

Después de la Entrevista de Trabajo



Si has quedado en enviar un email o documentación, hazlo pronto



Analiza la entrevista



Documenta la entrevista



Busca ideas de mejora para las próximas



Estate atento a los próximos pasos del proceso



No abandones los otros procesos de selección que tengas



Si es posible, sigue en contacto con la empresa, ¡Nunca se sabe!



Buscar al entrevistador en LinkedIn y síguelo



No publiques información de la entrevista en tus redes sociales



No presionar al reclutador y a la empresa



Si ves que tienes problemas en las entrevistas, es la hora de pedir ayuda



Si te aceptan la candidatura, ¿querrías este trabajo?

12 CONSEJOS PARA TU ENTREVISTA DE TRABAJO

Tipos



No existe un sólo tipo de entrevista de trabajo, existen muchos formatos, conócelos y prepárate para ellos. No presupongas el tipo de la

Puntualidad



Has de llegar a la entrevista con 5 minutos de antelación, llegar tarde es un grave error, y llegar muy pronto tampoco es adecuado.

Sé tu mismo



En una entrevista no es adecuado "crear un personaje", puede que el reclutador interprete ese comportamiento cómo que "no te gustas".

Documentos



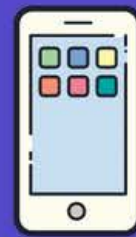
Debemos de llevar toda la documentación que nos hayan requerido y toda aquella que pueda ser de interés.

Ensaya



Ensaya los diferentes tipos de entrevista que te puedes encontrar y documenta las entrevistas a las que asistes y toma notas en ellas para mejorar.

Si no te llaman



¿No te llaman para ninguna Entrevista? Quizás sea el momento de mejorar tu sistema de búsqueda de empleo.

Actitud



Cada vez es más frecuente prestar **más importancia a las Actitudes que a las Aptitudes del candidato**, piensa en ello, y actúa en consecuencia.

Preguntas



Hay muchas preguntas críticas en las entrevistas de trabajo, conócelas y prepáralas en profundidad. Practica con frecuencia .

Interrupciones



No debes interrumpir constantemente al entrevistador, es una falta de educación y puedes enfadarle, además de perder información relevante.

Lenguaje no verbal



Has de cuidar tu lenguaje no verbal, y debe de coincidir con el verbal, en caso contrario será negativo para ti. Estudia sobre lenguaje no verbal.

Aspecto



Has de asistir a la entrevista con un aspecto adecuado para el puesto solicitado. No hay que transmitir dejadez.

Videoconferencia



Aprende a manejar Zoom, Webex, Meet, Teams, ... ya que, cada vez se realizan más entrevistas por este método.

12 VENTAJAS DE REALIZAR LA PRIMERA ENTREVISTA DE TRABAJO EN LAS REDES SOCIALES

Complementaria



Analizar las redes sociales del candidato es un **excelente complemento** al análisis del currículum y de la entrevista en

En cualquier momento



Analizar las redes sociales del candidato se puede realizar en **cualquier momento** y en cualquier lugar. Y no requiere la presencia del

Filtro



En muchos casos se pueden utilizar como **filtro para seleccionar los candidatos** que deben de llegar a la entrevista en persona.

Opiniones



Además de la información que nos puede ofrecer el candidato, en las redes podemos ver **opiniones de otras personas** sobre éste.

Habilidades



Mediante el análisis de las redes sociales del candidato **es posible evaluar muchas de las habilidades** y competencias de éste.

Red de contactos



De la evaluación de las redes del candidato podemos realizar un **análisis de la red de contactos** de la que dispone y de cómo la gestiona.

Comunicación digital



Analizando sus redes podemos conocer sus **habilidades de comunicación digital** mucho mejor que en la entrevista en persona.

Huella digital



La **huella digital del candidato** es cada vez más importante, al igual que su reputación digital. Ambas pueden evaluarse en Internet y redes.

Evolución



Del análisis de la información obtenida de Internet y de las redes sociales permite conocer la **evolución personal y profesional** del candidato.

Incoherencias



Comparando el CV del candidato con información obtenida de Internet/redes podemos **detectar incoherencias, incongruencias y mentiras**.

Actitudes



En una entrevista de trabajo es difícil evaluar muchas de las **actitudes del candidato**, en las redes sociales tenemos más posibilidades.

Marca personal



En en currículum y la entrevista en persona es muy difícil conocer con detalle la **marca personal**, en Internet y las redes resulta más sencillo.

12 CONSEJOS PARA UNA ENTREVISTA DE TRABAJO POR VIDEOCONFERENCIA

Espacio



Prepara de forma adecuada el espacio donde vas a realizar la videoconferencia. Orden, iluminación, ruidos,

Conexión a Internet



Debes de disponer de una buena conexión a Internet que permita realizar videoconferencias con la suficiente fluidez.

Herramienta



Estudia la herramienta que se va a utilizar en la videoconferencia. Zoom, Meet, Microsoft Teams o Webex son algunas de las más utilizadas.

Pruebas



Haz pruebas antes de la entrevista. Debes probar la herramienta, la conexión a Internet, el audio, cómo te encuentras delante de la cámara, ...

Analiza la empresa



Al igual que en la entrevista presencial, debes conocer con el mayor detalle posible la empresa que te ha llamado al proceso de selección.

Redes sociales



Los reclutadores van a visitar tus redes sociales para obtener información de ellas. Debes hacer un repaso y análisis de las mismas.

Preguntas difíciles



Una de las cuestiones más complicadas en una entrevista de trabajo es afrontar las "preguntas difíciles", prepáralas bien.

Qué saben de ti



Es muy importante conocer con detalle lo que la empresa sabe de ti. Qué currículum tiene y que información puede obtener de Internet.

Puntualidad



En las entrevistas de trabajo por videoconferencia hay que ser puntual. Lo habitual es acceder a la sala 3 minutos antes.

Imagen



Además de cuidar el espacio, has de cuidar la imagen con la que asistes a la videoconferencia, tu vestimenta, peinado, ...

Idioma



Si la entrevista se puede producir en varios idiomas es importante que refresques tus conocimientos de los mismos.

Análisis y mejoras



Si es posible graba la sesión para hacer un análisis de la misma, ver que debes de mejorar para las próximas. Si no puedes grabar haz el análisis también.

12 COMPETENCIAS PARA LAS VIDEOCONFERENCIAS

Hablar en público



Entre las competencias más importantes para participar en una videoconferencia está la de hablar en público, ya que es una actividad básica.

Gestión de reuniones



Saber organizar una reunión, saber moderarla, saber participar, ... son habilidades básicas a la hora de realizar videoconferencias.

Herramientas



Hay que conocer con detalle las herramientas de videoconferencias para sacarlas el máximo partido posible.

Presentaciones



Es muy habitual utilizar presentaciones en las videoconferencias, hemos de conocer cómo hacerlas con calidad.

Gestión del tiempo



En una videoconferencia hemos de hacer una buena gestión del tiempo, de lo contrario ocasionaremos pérdidas de tiempo a los asistentes.

Pensamiento crítico



No hemos de aceptar como ciertas todas las afirmaciones que se viertan en una videoconferencia, hay que analizarlas con pensamiento crítico.

Almacenamiento Nube



En muchas videoconferencias se producen intercambios de ficheros que están en la nube, debemos conocer estas herramientas.

Análisis y Síntesis



En una videoconferencia se produce un gran intercambio de información que debemos ser capaces de analizar y sintetizar.

Liderazgo



Un liderazgo efectivo es clave para garantizar el máximo aprovechamiento de este los eventos celebrados por videoconferencia.

Comunicación digital



Disponer de habilidades de comunicación es importante para las videoconferencias, muy importante la comunicación digital.

Competencias hard



Es evidente que necesitas las competencias hard específicas de tu puesto de trabajo para poder abordar las reuniones con éxito..

Seguridad digital



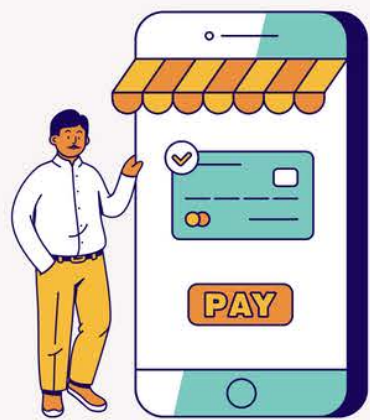
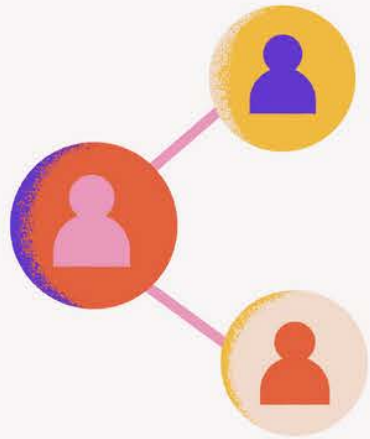
Hay que disponer de ciertas habilidades de seguridad digital para un buen desarrollo de las videoconferencias.

Definición de Currículum Vitae

Un curriculum vitae (también conocido como CV) es un documento que contiene información detallada sobre la educación, experiencia laboral, habilidades, logros y otros aspectos relevantes de la vida de una persona.

Su propósito principal es presentar de manera concisa y clara la información más importante sobre la trayectoria académica y profesional de una persona, con el fin de obtener una oportunidad de empleo o de investigación académica.

El CV puede variar en longitud y formato dependiendo de la industria, el nivel de experiencia y los requisitos específicos de la posición que se está solicitando.



Tipos de currículum vitae



Cronológico

Organiza la experiencia laboral del candidato cronológicamente, empezando por el trabajo más reciente. Adecuado para aquellos que tienen una trayectoria laboral clara y progresiva.



Cronológico inverso

En la actualidad el más utilizado. Se trata de una tipología muy similar al anterior, cambia el orden en el que incluimos las experiencias profesionales, de más reciente a más antigua.



Combinado

En este CV enfatiza habilidades y competencias del candidato, en lugar de su experiencia. Adecuado para los que buscan cambiar de carrera o tienen lagunas en su experiencia laboral.



Combinado

Combina elementos del currículum cronológico y del funcional. Es adecuado para aquellos que tienen una experiencia laboral sólida, pero que desean destacar habilidades específicas.



Europeo

Este currículum está diseñado para aplicar a trabajos en la Unión Europea. Se centra en las habilidades y experiencia laboral del candidato y se organiza de forma cronológica inversa.



Académico

Este currículum se enfoca en la formación académica y la investigación del candidato. Es adecuado para aquellos que buscan un trabajo en el campo académico o de investigación.



Por competencias

Se centra en las competencias y habilidades del candidato. Se destacan las habilidades más importantes para el trabajo y se muestra cómo el candidato las ha utilizado en trabajos anteriores.



Creativo

Este currículum se utiliza para trabajos creativos y artísticos, como diseño gráfico, publicidad y marketing. Es más visual y puede incluir ejemplos de proyectos anteriores.



Ciego

El currículum oculta información personal de los candidatos para evitar prejuicios y discriminación. Se centra en las habilidades y experiencia del candidato para promover la igualdad.

Pirámide de Maslow del currículum vitae

Esta estructura proporciona un marco para entender y mejorar la creación de un CV, desde la inclusión de la información básica y la presentación hasta la personalización, la diferenciación y la innovación en la presentación de tu experiencia y habilidades.



Algunas herramientas que puedes utilizar para crear tu Currículum



Microsoft Word



Documentos Google



Apple Pages



Canva



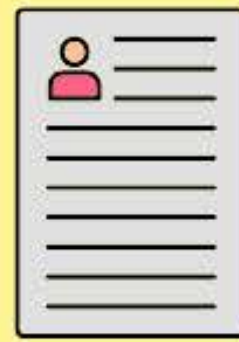
Vistacreate



Visme



Piktochart



LinkedIn



Venngage



EDIT.org



Prezi



Genial.ly

Consejos para elaborar tu Currículum con *Canva*



Prueba diferentes plantillas



Crea un CV por cada perfil profesional que tengas



Almacena tus CV en una carpeta, los encontrarás mejor



Mantenlo siempre actualizado



Nombra las modificaciones con la fecha correspondiente



Crea copia de tu CV personalizadas para ofertas y empresas



De vez en cuando, busca nuevas plantillas



Profundiza en el manejo de Canva



Estar atento a las novedades de Canva que puedan mejorar tu CV



El diseño debe de ser limpio y adecuado a tu perfil profesional



Es interesante incluir el perfil de LinkedIn con el enlace al mismo



Usa otras herramientas como Word, Europass, ...

Canva dispone de gran cantidad de plantillas de CV

Personal Pro • 8 1

Inicio > Plantillas > Negocios > Currículum

- Profesional
- Moderno
- Sencillo
- Infografía
- Minimalista
- Corporativo
- Creativa
- Foto
- Colorido
- Para actores
- Académica
- Diseñador gráfico
- Universitario
- Para estudiantes
- Beca
- SEEK >

Volver a Inicio

- Pizarra online
- Tarjetas de visita
- Flyers
- Prototipos
- Mapas mentales

Páginas web

Gráficos

Planificadores

Membretes

Calendarios

Currículums

Facturas

Propuestas

Informes

Redes sociales

Crear un equipo

Papelera

Plantilla de Currículums

Si estás buscando trabajo y quieres sorprender a las empresas. ¡Nuestras plantillas son ideales para ello! Plantillas de curriculum para rellenar atractivas y profesionales. ¿A qué esperas para encontrar tu oportunidad laboral?



- Todos los filtros
- Estilo
 - Tema
 - Función
 - Color

13.100 plantillas

Crear diseño en blanco de Currículum

Blanca CORTÉS
SALES MANAGER

EXPERIENCIA LABORAL

Ensigna | Comercial
2019 - Actualmente
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit, habitasse diam elementum nunc aenean augue sagittis, neque porta dui scelerisque congue velit.

Borcelle | Ejecutivo de cuentas
2012 - 2019
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit, habitasse diam elementum nunc aenean augue sagittis, neque porta dui scelerisque congue velit.

Lorano | Comercial en prácticas
2011 - 2012
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit, habitasse diam elementum nunc aenean augue sagittis, neque porta dui scelerisque congue velit.

CONTACTO

Calle Cualquiera 123,
Cualquier Lugar
911-234-567
@unsitiogenial
hola@unsitiogenial.es

SOBRE MÍ

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit, habitasse diam elementum nunc aenean augue sagittis, neque porta dui scelerisque congue velit.

EDUCACIÓN

Máster Arte / Lorano
2019/2022

EMMA SERRA
Abogada

SOBRE MÍ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam in fermentum ante. Phasellus faucibus turpis velit. Proin vehicula sit amet massa quis blandit. Aenean id magna tempus, fermentum turpis vitae, posuere elit.

FORMACIÓN ACADÉMICA

Universidad Ensigna: 2011 - 2014
Grado en Derecho

Universidad Borcelle: 2014 - 2018
Master en Derecho Social

EXPERIENCIA LABORAL

Soto y Ochoa: 2018 - 2020
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam in fermentum ante. Phasellus faucibus turpis velit. Proin vehicula sit amet massa quis blandit. Aenean id magna tempus, fermentum turpis vitae, posuere elit.

Álvarez y Pérez: 2020 - 2023
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam in fermentum ante. Phasellus faucibus turpis velit. Proin vehicula sit amet massa quis blandit. Aenean id magna tempus, fermentum turpis vitae, posuere elit.

CONTACTO

911-234-5678
hola@unsitiogenial.es
www.unsitiogenial.es

HABILIDADES

Autosprendizaje

DANIEL GALLEGO
MARKETING MANAGER

SOBRE MÍ

Apasionado del marketing, me defino por ser una persona con ganas de aprender y un gran líder de equipos multidisciplinarios. He trabajado en varias empresas dedicadas a la publicidad y al marketing y en todas ellas he dirigido grandes equipos.

EXPERIENCIA LABORAL

Marketing Manager
Innovación, S.L. | Enero 2022 - Abril 2020

- Creación de un plan de marketing.
- Definición de estrategias de seguir.
- Control de los resultados de las acciones.
- Liderar un equipo de profesionales.

Marketing Manager
Empresa de seguros, S.L. | Enero 2017 - Abril 2019

- Planificación de estrategias de marketing.
- Evaluación del plan de marketing.
- Elaboración de propuestas comerciales.

Marketing Asesor
Empresa de seguros, S.L. | Enero 2015 - Abril 2017

- Planificación de estrategias de marketing.
- Evaluación del plan de marketing.
- Elaboración de propuestas comerciales.

DATOS ACADÉMICOS

Universidad del mar
Estudios en Marketing y Publicidad | Actual

Centro de estudios San Juan
Estudios en Marketing | Septiembre 2018 - Julio 2021

Escuela superior de negocios
Estudios en Publicidad | Septiembre 2010 - Julio 2017

Escuela de negocios
Estudios en Publicidad | Septiembre 2010 - Julio 2015

Carlos Simoes
PSICÓLOGO CLÍNICO

CONTACTO

+34 -91-1234-567
hola@unsitiogenial.es

EXPERIENCIA LABORAL

CLÍNICA PSICOLOGÍA ASERTIVA
2018 - ACTUALMENTE
PSICÓLOGA

- Atención a pacientes con déficit de atención y depresión.
- Planificación, ejecución y evaluación de proyectos de terapia grupal.

CLÍNICA PSICOLOGÍA COMUNICACIÓN Y BIENESTAR
2014 - 2018
PSICÓLOGA

- Realización de terapia grupal.
- Evaluación y tratamiento psicológico - emocional para parejas.
- Elaboración de planes de intervención en situaciones de crisis.

IDIOMA

INGLÉS ★★★☆☆
FRANCÉS ★★☆☆☆

HOSPITAL PSICOLÓGICO NACIONAL
2014 - 2016
PSICÓLOGA

- Trabajo grupal con terapia cognitiva y metacognitiva.
- Evaluación psicológica inicial.
- Elaboración del historial clínico de más de 60 pacientes.

12 CONSEJOS PARA TU CURRÍCULUM VITAE

Uno/varios



Una de las primeras decisiones a tomar es si necesitamos disponer de un CV o de varios, dependerá de los perfiles profesionales que tengamos.

Personaliza



Antes de enviar un CV a una empresa o a una oferta, hemos de personalizarlo. Si siempre utilizamos el mismo CV apenas tendremos posibilidades.

Google/Redes



Como complemento al CV el reclutador revisará lo que Google y los medios sociales dicen de ti, procura que el conjunto sea coherente y adecuado.

Competencias



Las tendencias actuales sobre currículum indican que las competencias (hard/soft, idiomas, digitales, ...) deben estar muy claras.

Actualiza



Tu CV siempre ha de estar actualizado. Nunca sabes cuando te hará falta. Y recuerda, además del CV en papel, no olvides los CV en portales, webs, ...

Diseño



Además de cuidar la redacción y la ortografía, debes de cuidar lo mejor posible el diseño y la maquetación de tu currículum.

Lagunas



Si en tu currículum hay lagunas de tiempo sin aclarar, es probable que en la entrevista te preguntarán sobre ellas, ¿tienes preparada la respuesta?

Diferencia



Muestra en tu currículum lo que te diferencia de candidatos similares a ti, de lo contrario tendrás muy pocas posibilidades de éxito.

No mientas



Nunca hay que mentir en el currículum, ¿cómo se puede fiar una empresa de ti si en la primera toma de contacto mientes?

Reclutador



Ponte siempre en el lugar del reclutador, piensa como él. Si no consigues esto, tendrás pocas posibilidades de éxito en tu búsqueda.

Vídeo currículum



¿Te has planteado la posibilidad de hacer un vídeo CV? Es una alternativa más, ¡piénsalo! Puede ser un buen complemento a tu currículum.

Ayuda



Si tienes dudas, o no consigues resultados, puede ser el momento de pedir ayuda, no lo demores. Hay que pedir ayuda cuando se necesita.

MOTIVOS POR LOS QUE DISPONER DE UNA VIDEOCURRÍCULUM PUEDE SER INTERESANTE PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



El videocurrículum se ha convertido en una herramienta innovadora en el proceso de búsqueda de empleo, ofreciendo una forma dinámica de presentarse a potenciales empleadores. Aquí se detallan algunas de las razones por las cuales realizar un videocurrículum puede ser especialmente útil:

1. Diferenciación personal:

- Destacar entre la multitud: en un mercado laboral competitivo, un videocurrículum te ayuda a destacar entre otros candidatos que sólo presentan CVs tradicionales.
- Personalidad y carisma: permite a los empleadores obtener una vista previa de tu personalidad y carisma, elementos que no se transmiten fácilmente a través de un CV escrito.



2. Demostración de habilidades:

- Habilidades de comunicación: es una excelente manera de demostrar tus habilidades de comunicación verbal y no verbal.
- Competencias digitales: muestra tu familiaridad y competencia con las tecnologías digitales, algo cada vez más valorado en muchos campos profesionales.

3. Oportunidad para ser creativo:

- Creatividad y innovación: ofrece la oportunidad de ser creativo en cómo presentas tu experiencia y habilidades, utilizando recursos visuales y narrativos.
- Personalización: puedes personalizar el contenido y el estilo del video para alinearlos con la cultura de la empresa a la que estás aplicando.

4. Mejora de la visibilidad:

- Facilidad de compartir: los videocurrículums pueden ser fácilmente compartidos en redes sociales profesionales como LinkedIn, aumentando tu visibilidad entre reclutadores y potenciales empleadores.
- Optimización para plataformas digitales: se adaptan bien al consumo de contenido en plataformas digitales, donde los empleadores buscan activamente talento.



5. Eficiencia comunicativa:

- Concisión y claridad: te permite comunicar de manera eficiente quién eres y qué ofreces, concentrando mucha información relevante en un formato breve y atractivo.
- Mensaje controlado: tienes control total sobre el mensaje que deseas transmitir, desde el guion hasta la edición final.

6. Demostración de proactividad y motivación:

- Iniciativa: realizar un videocurrículum demuestra iniciativa y un fuerte deseo de hacer un esfuerzo adicional en tu búsqueda de empleo.
- Compromiso con la carrera: indica un compromiso serio con tu desarrollo profesional y la búsqueda de nuevas oportunidades.



7. Efectividad en campos específicos:

- Roles creativos y de comunicación: para trabajos en los campos de medios, comunicación, marketing o diseño, un videocurrículum puede ser particularmente efectivo para demostrar tu aptitud para el rol.
- Sectores innovadores: en empresas o sectores que valoran la innovación y la originalidad, un videocurrículum puede resonar fuertemente con los valores de la empresa.

8. Interacción emocional:

- Conexión emocional: el elemento visual y auditivo del videocurrículum puede generar una conexión emocional, haciendo que los empleadores te recuerden más fácilmente.
- Expresión de entusiasmo: permite expresar tu entusiasmo y pasión por el puesto de manera más directa y convincente.

9. Adaptabilidad a la era digital:

- Tendencias de contratación: se alinea con las tendencias de contratación modernas que aprovechan la tecnología para el proceso de selección.
- Entrevistas virtuales: prepara tanto al candidato como al empleador para la dinámica de las entrevistas virtuales, cada vez más comunes.



10. Oportunidades de feedback:

- Reacciones instantáneas: en algunas plataformas, puedes obtener reacciones o feedback instantáneo sobre tu videocurrículum, lo que te permite ajustar y mejorar tu presentación.



12 CONSEJOS A LA HORA DE ELABORAR UN VIDEOCURRICULUM

Necesidad



Aunque un videocurrículum puede ser útil a la mayoría de los profesionales, no todo el mundo ve su necesidad o se siente cómodo con el formato.

Guión



Es evidente que al igual que un currículum no se puede improvisar, el videocurrículum tampoco, necesita de un guión bien elaborado y sólido.

Tómate tu tiempo



Un videocurrículum necesita un proceso de maduración como cualquier otro proyecto, has de tomar el tiempo necesario para crear uno de calidad.

Espacio



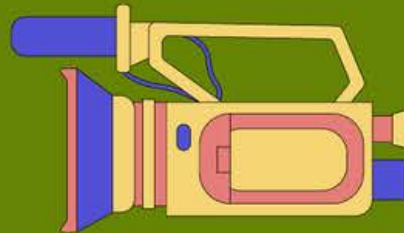
El espacio donde va a ocurrir la grabación es importante. Busca un espacio agradable y que no tenga muchos distractores.

Iluminación



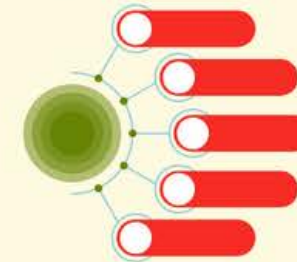
Otro de los aspectos importantes a la hora de grabar el videocurrículum es la iluminación, haz las pruebas necesarias para que el resultado sea bueno.

Medios técnicos



Además del espacio y la iluminación, hemos de hacer un buen trabajo con la cámara y el audio. Un buen smartphone puede servir para la grabación.

Apoyo visual



Además de tu presencia en el vídeo, puedes utilizar algunos elementos de apoyo visual como imágenes, esquemas, rotulaciones, infografías, ...

Duración



Aunque no existe un tiempo estándar para la duración de un videocurrículum, no debe ser muy largo. 3 minutos puede ser un tiempo adecuado.

Lenguaje corporal



Hay que cuidar el lenguaje corporal durante el vídeo, es muy importante. Sobre todo, el lenguaje corporal debe coincidir con lo que dices.

Idiomas



Si entre tus competencias tienes varios idiomas, es interesante que grabes el vídeo en ellos, teniendo en cuenta que los CV son diferentes en cada país.

Actualizaciones



Al igual que el currículum en "papel" ha de ser actualizado cuando tengamos novedades, el videocurrículum también.

Difusión

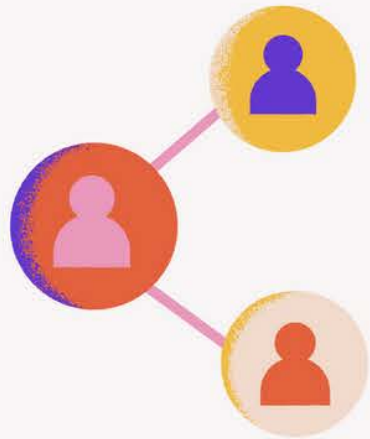


Una vez que el videocurrículum esté realizado, puedes incluirlo en el extrato de LinkedIn, en tu web/blog o en YouTube si es adecuado.

Definición de networking

Networking es el conjunto de actividades y técnicas que se realizan para establecer relaciones profesionales y personales con otras personas, con el objetivo de intercambiar ideas, conocimientos, contactos y oportunidades de negocio. El networking puede ser muy útil para encontrar trabajo, desarrollar una carrera profesional, establecer alianzas comerciales y obtener apoyo en distintos ámbitos.

Algunas de las formas más comunes de hacer networking incluyen asistir a eventos y conferencias, participar en grupos y comunidades en línea, y establecer relaciones personales con colegas y contactos en el ámbito laboral.



Pirámide de Maslow del networking

Esta estructura proporciona un marco para entender y mejorar la práctica del networking, desde la construcción de conexiones fundamentales hasta el liderazgo y la contribución significativa en la comunidad profesional.



MOTIVOS POR LOS QUE HACER UN BUEN TRABAJO DE NETWORKING ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



El networking es un elemento clave en la búsqueda de empleo, ofreciendo numerosas ventajas para aquellos que están activamente buscando nuevas oportunidades laborales o simplemente desean avanzar en su carrera profesional. Aquí podemos ver una lista detallada de por qué el buen networking es tan importante:

1. Acceso a oportunidades no publicadas:

- Mercado laboral oculto: muchas posiciones no se publican en bolsas de trabajo tradicionales y solo se llenan a través de referencias internas o contactos directos.
- Información de primera mano: a través de tu red, puedes enterarte de oportunidades antes de que se anuncien públicamente.



2. Referencias y recomendaciones:

- Fortalecimiento de la candidatura: una recomendación de un contacto confiable puede impulsar significativamente tu candidatura y diferenciarte de otros candidatos.
- Credibilidad: las referencias de profesionales respetados en tu industria añaden credibilidad a tu perfil.

3. Consejos y orientación profesional:

- Mentoría: establecer una relación de mentoría con alguien experimentado en tu campo puede proporcionarte valiosos consejos y orientación.
- Aprendizaje continuo: tu red puede ofrecerte insights y conocimientos sobre tendencias de la industria, mejores prácticas y consejos para el desarrollo de carrera.

4. Desarrollo de habilidades sociales:

- Mejora de la comunicación: el networking te empuja a mejorar tus habilidades de comunicación, tanto en entornos formales como informales.
- Adaptabilidad: interactuar con una diversa gama de personas puede mejorar tu capacidad para adaptarte a diferentes estilos de comunicación y personalidades.



5. Apoyo y motivación:

- Soporte moral: construir una red de apoyo puede proporcionarte un valioso soporte moral durante la búsqueda de empleo, especialmente durante los momentos difíciles.
- Motivación: ver el éxito de tus contactos puede servirte de inspiración y motivación para alcanzar tus propios objetivos.

6. Aumento de la visibilidad:

- Presencia en el sector: participar en eventos de networking y contribuir a discusiones en línea puede aumentar tu visibilidad dentro de tu campo.
- Marca personal: el networking es una herramienta efectiva para construir y promover tu marca personal, lo que a su vez puede atraer oportunidades hacia ti.



7. Expansión de la red de contactos:

- Conexiones estratégicas: cada nuevo contacto tiene el potencial de introducirte a otros profesionales, ampliando así tu red de manera exponencial.
- Diversificación de la red: una red diversa te ofrece una amplia gama de perspectivas y oportunidades en varios sectores y funciones.

8. Inteligencia de mercado:

- Conocimiento del sector: el networking te permite mantener un pulso sobre la industria, incluyendo cambios, desafíos y oportunidades emergentes.
- Competencia: puedes aprender sobre las prácticas de otras empresas y cómo se posicionan en el mercado, lo cual es valioso tanto para la búsqueda de empleo como para el desarrollo estratégico de carrera.

9. Oportunidades de colaboración:

- Proyectos conjuntos: a través de tu red, puedes encontrar oportunidades para colaborar en proyectos, publicaciones o investigaciones, lo cual puede añadir valor a tu CV.
- Emprendimiento: las conexiones de networking pueden convertirse en socios comerciales o clientes si decides emprender tu propio negocio.



10. Preparación para futuras oportunidades:

- Desarrollo de carrera a largo plazo: incluso si no estás buscando activamente un nuevo empleo, mantener una red sólida asegura que estarás bien posicionado para futuras oportunidades.
- Transiciones de carrera: si decides cambiar de carrera o sector, una red diversa puede ser invaluable para facilitar esta transición.



12 CONSEJOS PARA HACER NETWORKING

Es necesario



Hacer networking no es una opción, es necesario para la gran mayoría de los profesionales, estén trabajando o estén buscando empleo.

Estrategia



Como cualquiera otra actividad profesional hemos de realizarla de acuerdo a una estrategia adecuada para tus objetivos.

Documéntalo



Debemos de documentar la estrategia y el proceso de networking para poder hacer una evaluación de este y mejorar lo que sea posible..

Presencial



Hay que aprovechar los encuentros presenciales en nuestra actividad de networking. Hazlo bien. Las relaciones presenciales son muy potentes.

Redes sociales



Las redes sociales son un espacio muy útil para hacer networking, y tienen un alcance inmenso. Pero no son el único espacio posible.

No es ir a vender



No hemos de confundir hacer networking con vender, son dos actividades muy, pero que muy diferentes.

Mantén los contactos



Es importante conseguir contactos adecuados, pero hay que hacer una labor adecuada en su mantenimiento. Los contactos se pierden por dejadez.

Colabora/Aprende



Hacer networking es colaborar y aprender entre todos. La inteligencia colaborativa es importante y la colaboración también.

Objetivos



Como en cualquier proyecto, el networking implica disponer de objetivos, medir su cumplimiento y mejorarlos.

Comunicación



Un porcentaje muy alto de la labor de networking consisten en acciones de comunicación. debes formarte adecuadamente en esta competencia.

Tu imagen



Cuida todos los aspectos de tu imagen en las actividades de networking. Tanto en el networking presencial, como en el digital.

Mejora continua



Hemos de conseguir que nuestra actividad de networking mejore de forma continua. Para ello, medir, analizar y mejorar.

Algunos touchpoints para el networking



Web
Blog
Podcast



Comida
Café
Celebración



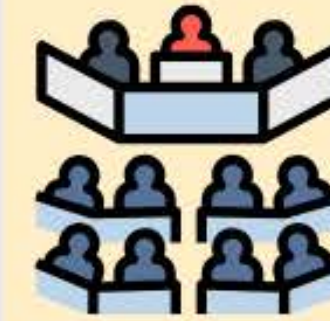
Medios sociales



Reuniones



Correo electrónico
Newsletter



Congresos
Ferias



Cursos presenciales
Cursos online
Conferencias



Teléfono
WhatsApp/Telegram
Videoconferencia



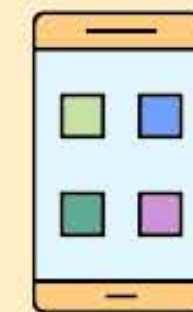
Grupos
Foros
Comunidades



Colegios profesionales
Asociaciones
Voluntariado



Eventos de networking

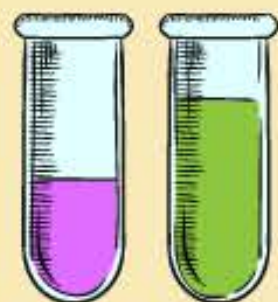


APPs networking
Clubs networking

Algunos motivos por los que no te funciona el networking



Lo haces, aunque no crees que realmente funcione



Inadecuada combinación online/offline



Tus objetivos son difusos (o inadecuados)



No tienes una "conversación mínima viable" que ofrecer



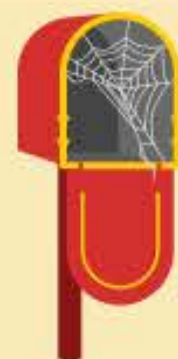
No dispones de las habilidades sociales necesarias



Tus habilidades de comunicación son escasas



Solo sales a vender, no a aprender y colaborar



Una vez establecido el contacto, no lo cuidas con esmero



Trabaja de forma adecuada los distintos touchpoints



Solo buscas resultados a muy corto plazo



Tu marca personal es poco atractiva o está mal trabajada



No tienes una estrategia bien diseñada

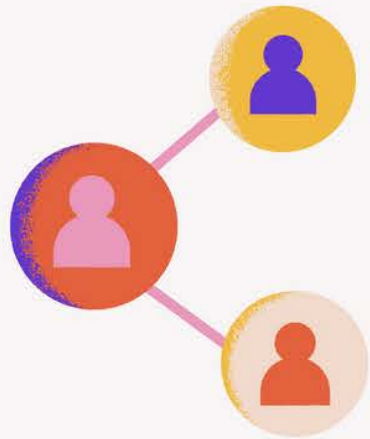
Definición de Elevator Pitch

Un Elevator Pitch es un **discurso o presentación que pretende ser impactante, ágil y rápido** ya que debe durar entre 45 segundos y un minuto, ni más ni menos. Una de las principales características del Elevator Pitch es que debe ser claro, conciso y breve.

Su objetivo es persuadir al receptor del mensaje y llegar a él.

Enamorarle. Pero, ¿cómo? Transmitiendo pasión por la idea o la historia que queremos contar.

Hoy en día es una **herramienta fundamental en todos los ámbitos** y un buen ejemplo de cómo adaptarnos a la velocidad vertiginosa del mundo en el que vivimos. La finalidad no debe asociarse únicamente a vender, sino a generar interés sobre un proyecto o una idea



LA IMPORTANCIA DE UN ELEVATOR PITCH EN UN PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO



El Elevator Pitch es una herramienta de comunicación breve y persuasiva, diseñada para capturar la atención de potenciales empleadores o contactos de networking en un lapso corto, típicamente en el tiempo que dura un viaje en ascensor. Su importancia en la búsqueda de empleo radica en varios puntos clave, entre los cuales están:

1. Primera impresión impactante:

- Destacar entre la multitud: en un mercado laboral competitivo, un Elevator Pitch bien elaborado te ayuda a destacar, ofreciendo una introducción memorable.
- Profesionalidad: demuestra tu capacidad para comunicarte de manera clara y profesional, una habilidad valiosa en cualquier entorno laboral.



2. Claridad de propósito y objetivos:

- Enfoque en tus fortalezas: permite enfocarte en tus puntos fuertes y en lo que puedes ofrecer a un empleador o a tu red profesional.
- Definición de objetivos: ayuda a definir tus objetivos de carrera de manera concisa, facilitando que otros entiendan cómo pueden ayudarte.

3. Eficiencia en la comunicación:

- Optimización del tiempo: en situaciones de networking o en entrevistas breves, contar con un resumen rápido de tu perfil profesional permite transmitir información clave en poco tiempo.
- Claridad y precisión: afinar tu Elevator Pitch te obliga a identificar y comunicar tus puntos más importantes sin divagaciones, lo que es esencial para mantener la atención de tu audiencia.

4. Herramienta de networking efectiva:

- Facilita las conexiones: un Elevator Pitch convincente puede ser el inicio de una conversación más profunda, ya sea en eventos de networking, ferias de empleo o incluso en encuentros casuales.
- Expande tu red: al dejar una impresión clara y positiva, aumentas la probabilidad de que las personas recuerden y quieran ampliar su relación contigo, abriendo puertas a futuras oportunidades.



5. Preparación para oportunidades inesperadas:

- Siempre listo: tener un Elevator Pitch preparado significa que estás listo para aprovechar oportunidades inesperadas de presentarte a alguien importante en tu campo.
- Versatilidad: puede ser adaptado sobre la marcha para diferentes audiencias y situaciones, lo que lo hace una herramienta extremadamente versátil.

6. Facilita el seguimiento:

- Invitación al diálogo: un buen Elevator Pitch suele incluir una invitación sutil a continuar la conversación, ya sea a través de una reunión formal, un intercambio de tarjetas de visita o una conexión en LinkedIn.

7. Autoconfianza:

- Mejora la autoconfianza: la práctica y dominio de tu Elevator Pitch pueden aumentar significativamente tu autoconfianza al hablar sobre ti mismo y tus logros.
- Reducción del nerviosismo: saber exactamente qué decir disminuye la ansiedad en situaciones de presión, permitiéndote presentarte de la mejor manera posible.



8. Base para desarrollos posteriores:

- Punto de partida para conversaciones más amplias: aunque breve, un Elevator Pitch bien diseñado puede sentar las bases para discusiones más detalladas sobre tu experiencia y objetivos de carrera.
- Adaptable para diferentes plataformas: elementos de tu Elevator Pitch pueden ser utilizados en tu CV, carta de presentación, perfil de LinkedIn y otras plataformas de comunicación profesional.



9. Personalización y adaptabilidad:

- Reflejo de tu personalidad: aunque profesional, el Elevator Pitch también ofrece la oportunidad de inyectar un poco de tu personalidad y hacer que tu presentación sea única.
- Adaptable a feedback: la recepción de tu Elevator Pitch puede darte pistas importantes sobre cómo mejorar tu presentación y estrategia de búsqueda de empleo.



Algunos consejos para tu Elevator Pitch



Sin un buen autoconocimiento no podrás hacerlo bien



Cuida con esmero el comienzo y el final, y céntrate en lo importante



Escribelo y ensaya todo lo que sea necesario, cuida el lenguaje no verbal



Podrás tener varios, en función de situación, uso, interlocutor, tiempo, ...



La propuesta de valor debe quedar muy clara



Sencillez
Coherencia
Pasión / Confianza



Estructura adecuada



Naturalidad
Tono adecuado
Evita que sea monótono



Uno de sus objetivos es conseguir leads



Prepara con esmero las preguntas que te puedan formular



Debe coincidir con lo que se puede ver en tus medios sociales



Evoluciona tu elevator pitch con los cambios que vayan surgiendo

Algunos destinos posibles del Elevator Pitch



Para inversores



Para reclutadores y/o entrevistas de trabajo



Para administraciones públicas



Para uso comercial



Para un evento o sesión de networking



De presentación de un proyecto



Para presentarte en radio o televisión



Para un videocurriculum



Para tu web, blog, medios sociales, ...



Para exponer una idea de negocio



Para presentar un producto o servicio



Para presentar una empresa

Definición de gestión de expectativas

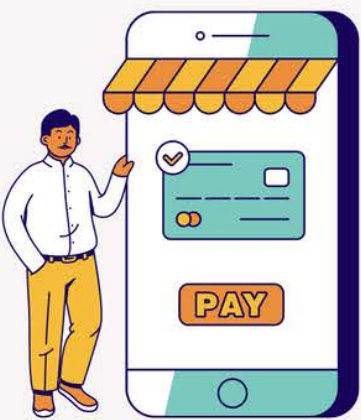
La gestión de expectativas **se refiere a establecer expectativas realistas y alcanzables** en cuanto a lo que se puede lograr en su búsqueda de empleo y en su carrera profesional.

La gestión de expectativas puede implicar, por ejemplo, establecer expectativas realistas en cuanto al tipo de trabajo que se puede obtener, el salario inicial, el tiempo que puede tomar encontrar un trabajo, las habilidades y experiencia necesarias para un puesto en particular, y las oportunidades de crecimiento profesional.

Es importante tener en cuenta que el mercado laboral puede ser muy competitivo y que puede haber muchos candidatos para un solo puesto de trabajo. Por lo tanto, **es importante ser realista en cuanto a las expectativas** y ser consciente de que puede tomar tiempo encontrar el trabajo adecuado.

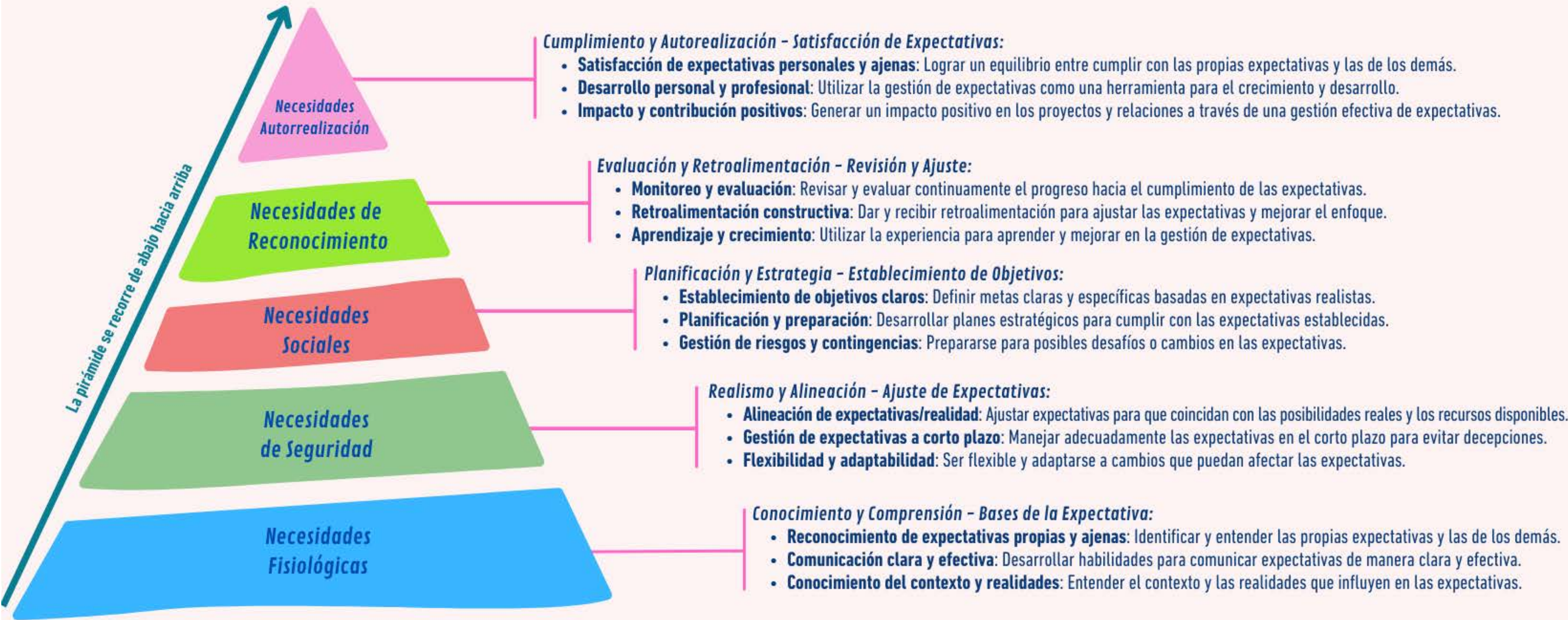
La gestión de expectativas también implica estar abiertos a oportunidades que puedan no ser exactamente lo que se estaba buscando originalmente. Es posible que se deba considerar la posibilidad de tomar un trabajo temporal o de medio tiempo mientras se busca el trabajo ideal.

En general, la gestión de expectativas **puede ayudar a los buscadores de empleo a mantener una actitud positiva** y realista en su búsqueda de empleo, lo que puede aumentar sus posibilidades de éxito a largo plazo.



Pirámide de Maslow de la Gestión de Expectativas

Esta estructura proporciona un marco para entender y mejorar la gestión de expectativas en diversos contextos, ya sea personal, profesional o en la gestión de proyectos.



LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE EXPECTATIVAS EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La gestión de expectativas durante la búsqueda de empleo es crucial para mantener el equilibrio emocional, la motivación y la eficacia en este proceso a menudo desafiante y prolongado. Aquí presentamos varios motivos por los cuales la gestión de expectativas es fundamental en la búsqueda de empleo:

1. Mantenimiento de la motivación:

- Evitar la desilusión: establecer expectativas realistas ayuda a prevenir la desilusión frente a rechazos o procesos de selección largos, manteniendo alta la motivación.
- Celebración de logros pequeños: reconocer y celebrar los logros intermedios, como conseguir una entrevista, puede mantener elevado el ánimo.



2. Fomento de la resiliencia:

- Manejo del rechazo: una adecuada gestión de expectativas prepara emocionalmente para el rechazo, facilitando una recuperación más rápida y la continuación del proceso de búsqueda.
- Adaptabilidad: establecer expectativas flexibles permite adaptarse mejor a los cambios y a las oportunidades inesperadas que puedan surgir.

3. Optimización del enfoque y la estrategia:

- Priorización de oportunidades: al gestionar tus expectativas, puedes priorizar las oportunidades que mejor se alinean con tus objetivos y necesidades.
- Evaluación realista de ofertas: la comprensión clara de lo que es negociable y lo que es un requisito indispensable te ayuda a evaluar las ofertas de trabajo de manera más efectiva.



4. Mejora de la satisfacción laboral a largo plazo:

- Alineación con objetivos personales y profesionales: ajustar tus expectativas de acuerdo con tus objetivos a largo plazo puede incrementar la satisfacción laboral una vez que consigas empleo.
- Prevención del arrepentimiento de la elección: al tener expectativas realistas, es menos probable que te arrepientas de tus decisiones de empleo en el futuro.

5. Gestión del tiempo y recursos:

- Eficiencia en la búsqueda de empleo: una gestión efectiva de expectativas te permite concentrar tu tiempo y recursos en aplicaciones y oportunidades que verdaderamente se ajustan a tu perfil y aspiraciones.
- Balance entre búsqueda de empleo y otras actividades: te ayuda a mantener un equilibrio saludable entre la búsqueda de empleo y otras áreas de tu vida, evitando el agotamiento.



6. Desarrollo profesional y personal:

- Crecimiento a través de la reflexión: ajustar tus expectativas te obliga a reflexionar sobre tus habilidades, objetivos y lo que realmente valoras en tu carrera y vida.
- Impulso hacia la formación y mejora: la evaluación realista de tus capacidades frente a las demandas del mercado puede motivarte a adquirir nuevas habilidades o mejorar las existentes.

7. Mejora de las relaciones personales:

- Comunicación con red de apoyo: al tener expectativas claras y realistas, puedes comunicar mejor tus necesidades y progresos a amigos, familiares y mentores, fortaleciendo el apoyo emocional.

8. Ajuste a la realidad del mercadolaboral:

- Comprensión de las tendencias del mercado: adaptar tus expectativas a las condiciones actuales del mercado laboral, incluyendo la demanda de ciertas habilidades y la disponibilidad de empleos, te prepara para ser más competitivo.



9. Control emocional:

- Manejo de la ansiedad y el estrés: establecer expectativas realistas ayuda a reducir la ansiedad y el estrés asociados con la incertidumbre de la búsqueda de empleo.



EL SMARTPHONE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

MOTIVOS POR LOS QUE EL USO DEL SMARTPHONE ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



El smartphone se ha convertido en una herramienta esencial en nuestra vida cotidiana, incluido el proceso de búsqueda de empleo. Su versatilidad y capacidad de conexión constante ofrecen numerosas ventajas para quienes buscan nuevas oportunidades laborales. Aquí presentamos una lista detallada de la importancia del smartphone en la búsqueda de empleo:

1. Acceso constante a información:

- Búsquedas instantáneas: permite realizar búsquedas instantáneas de nuevas ofertas de empleo en cualquier momento y lugar.
- Alertas y notificaciones: puedes recibir alertas inmediatas de nuevas oportunidades de empleo que se ajusten a tus criterios de búsqueda.



2. Aplicaciones de búsqueda de empleo:

- Apps especializadas: existen numerosas aplicaciones móviles dedicadas a la búsqueda de empleo, como LinkedIn, Indeed y Glassdoor, que facilitan la búsqueda y aplicación a ofertas de empleo.
- Facilidad de presentar candidaturas: muchas de estas aplicaciones permiten aplicar a ofertas de trabajo directamente desde el teléfono, optimizando el proceso de presentación de tu candidatura.

3. Networking:

- Conexión con profesionales: las redes sociales profesionales accesibles desde el smartphone, como LinkedIn, permiten construir y mantener una red de contactos profesionales.
- Participación en grupos y foros: puedes unirte y participar en grupos y foros relacionados con tu industria o campo de interés, lo que puede ser una fuente valiosa de consejos y oportunidades.

4. Preparación para entrevistas:

- Recursos formativos: el smartphone te da acceso a una amplia gama de recursos educativos y plataformas de aprendizaje en línea para prepararte para las entrevistas de trabajo.
- Simulaciones de entrevistas: existen aplicaciones que ofrecen simulaciones de entrevistas y consejos para mejorar tus respuestas y técnica de entrevista. La IA cada vez es más importante para ello.



5. Organización y gestión del tiempo:

- Calendarios y recordatorios: las funcionalidades de calendario y recordatorio del smartphone ayudan a organizar tus entrevistas de trabajo, fechas límite para presentar candidatura y seguimientos post-entrevista.
- Documentación accesible en cualquier momento: puedes almacenar y acceder fácilmente a tu CV, cartas de presentación y otros documentos necesarios para la aplicación desde tu teléfono.



6. Desarrollo de habilidades:

- Cursos en línea: acceso a plataformas de cursos en línea como Coursera, edX, Udemy o LinkedIn Learning, donde puedes adquirir o mejorar habilidades relevantes para tu búsqueda de empleo.
- Certificaciones digitales: muchos cursos ofrecen la posibilidad de obtener certificaciones digitales que puedes añadir directamente a tu perfil profesional.

7. Comunicación efectiva:

- Correo electrónico y mensajería instantánea: permite una comunicación rápida y eficiente con posibles empleadores o reclutadores.
- Entrevistas virtuales: con la cámara y el micrófono del smartphone, puedes participar en entrevistas virtuales o videollamadas, una práctica cada vez más común en los procesos de selección.

8. Investigación de empresas:

- Análisis de empresas: puedes investigar fácilmente empresas potenciales, leer reseñas de empleados, y familiarizarte con la cultura y valores de la empresa antes de aplicar o asistir a una entrevista.



9. Movilidad y flexibilidad:

- Búsqueda de empleo en cualquier lugar y momento: la capacidad de buscar empleo, aplicar a ofertas y prepararte para entrevistas mientras estás en movimiento maximiza tu eficiencia y te permite aprovechar mejor tu tiempo.

10. Seguridad de la información:

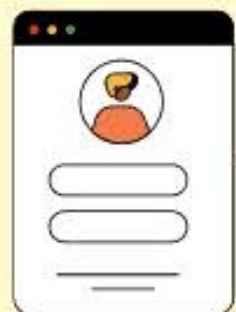
- Protección de datos personales: las funcionalidades de seguridad del smartphone, como el bloqueo por huella dactilar o reconocimiento facial, ayudan a proteger tu información personal y datos de aplicaciones de empleo.



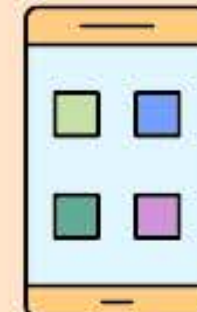
Algunos consejos para el uso de APPs de búsqueda de empleo en el smartphone



Mantén las apps organizadas



Ten los perfiles completos en las apps



Consulta a diario las nuevas ofertas



Estate atento a las notificaciones



Revisa las candidaturas presentadas



Busca nuevas apps de búsqueda de empleo



Actualiza las versiones de las apps



Incluye apps de servicios públicos de empleo



Incluye apps de empleo de otros países



Revisa los mensajes que te envían las apps



Actualiza los perfiles en las apps cuando tengas novedades



Aprende a manejar con soltura las apps

Algunas aplicaciones del smartphone en la Mejora de la Empleabilidad



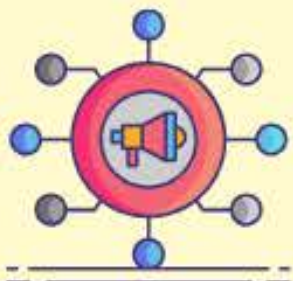
Networking



Formación



Medios sociales



Canal de comunicación



Movilidad
Inmediatez



Noticias
Información



Visibilidad
Marca personal



Buscar empleo
Atraer empleo



Contactos
Agenda



Anotar y gestionar
ideas



Almacenamiento y
gestión de
documentación



Transformación digital

Algunas competencias para usar el smartphone en la Búsqueda de Empleo

	Búsqueda de información		Navegación avanzada		Búsqueda e instalación de aplicaciones
	Manejo de aplicaciones		Correo electrónico		Almacenamiento en la nube
	Videoconferencias		Mensajería instantánea		Redes sociales
	Agendas Notas Contactos		Autoaprendizaje por canales digitales		Habilidades sociales y de comunicación

Algunos documentos que debes tener en la Nube si buscas Empleo

Versión 2



Curriculum Vitae
(en Word y PDF)



Cartas de presentación
Cartas de
recomendación



Títulos académicos
Diplomas cursos



Vida laboral
Demanda de empleo



DNI / NIE
Pasaporte
Permiso trabajo



Tarjeta sanitaria
Certificado discapacidad



Excel de empresas a
las que has enviado el
currículum



Certificaciones
Carnets profesionales



Fotografías



Publicaciones
realizadas



Documentación de
orientación laboral



Otros documentos de
interés

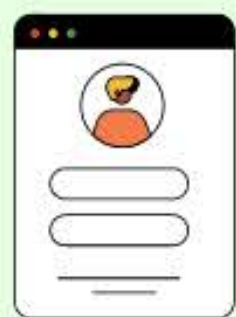
Algunas herramientas de productividad que puedes/debes llevar en el smartphone de interés para la búsqueda de empleo

	Correo electrónico		Teléfono Mensajería instantánea Videoconferencia		Herramientas ofimáticas
	Agenda		Contactos		Notas Recordatorios Alarmas
	Internet Redes sociales		Gestión de tareas Gestión de proyectos		Almacenamiento en la nube
	Gestión de viajes Mapas		Moodle		Escáner Calculadora Traductor

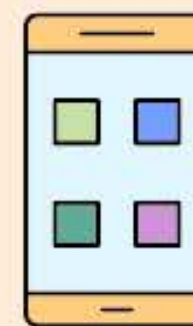
Algunos consejos sobre formación en el smartphone relacionados con la búsqueda de empleo



Practica el autoaprendizaje constante



Realiza cursos online



Lee ebooks relacionados con tu profesión



Lee webs y blogs de interes



Practica idiomas en tu smartphone



Utiliza YouTube y webinars para aprender



Consume información relacionadas con la orientación laboral



Apunta ideas/notas de tus aprendizajes



Utiliza las redes sociales en tus procesos de aprendizaje



Estudia presentaciones e infografías relacionadas con tu trabajo



Crea contenidos, es una extraordinaria forma de aprender






Manejar bien el smartphone es una competencia laboral



WEBS DE INTERÉS EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Algunos portales de empleo que debes conocer

	infojobs		infoempleo		indeed
	job today		monster	 Portal de Empleo EMPLÉATE	empléate
	trabajos.com		jobandtalent		jobatus
	ticjob		eures		linkedin

Algunas ETTs que debes conocer



randstad



adecco



synergie



manpower



flexiplan



nortempo



ananda



iman



avantienn



activatemp



gestempo



tempotel

Algunas webs con ofertas de teletrabajo



remotojob.com



flexjobs.com



jobspresso.co



remote.co



remoteok.com



remotive.com



workingnomads.com



angel.co



weworkremotely.com



freelancer.es



peopleperhour.com



malt.es

Algunas webs de servicios freelance



[upwork.com](https://www.upwork.com)



[toptal.com](https://www.toptal.com)



[freeup.net](https://www.freeup.net)



[fiverr.com](https://www.fiverr.com)



[malt.es](https://www.malt.es)



[soyfreelancer.com](https://www.soyfreelancer.com)



[freelancer.com](https://www.freelancer.com)



[bark.com](https://www.bark.com)



[workhoppers.com](https://www.workhoppers.com)



[peopleperhour.com](https://www.peopleperhour.com)



[freelanced.com](https://www.freelanced.com)



[workana.com](https://www.workana.com)



MARCA PERSONAL

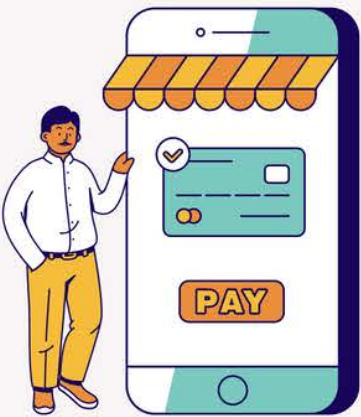
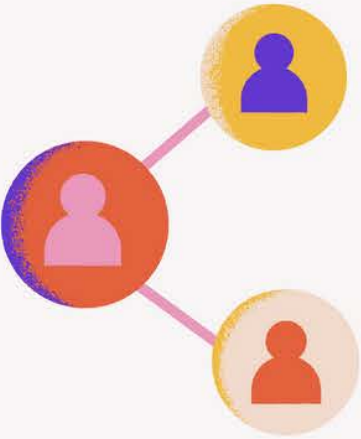
Definición de marca personal

La marca personal es la imagen y reputación que una persona construye a través de su carrera y vida personal. Se refiere a cómo un individuo es percibido por los demás, y puede incluir aspectos como su experiencia laboral, habilidades, logros, estilo personal y valores. Una marca personal sólida puede ayudar a una persona a destacar en su carrera y a conectarse con otras personas en su campo de interés.

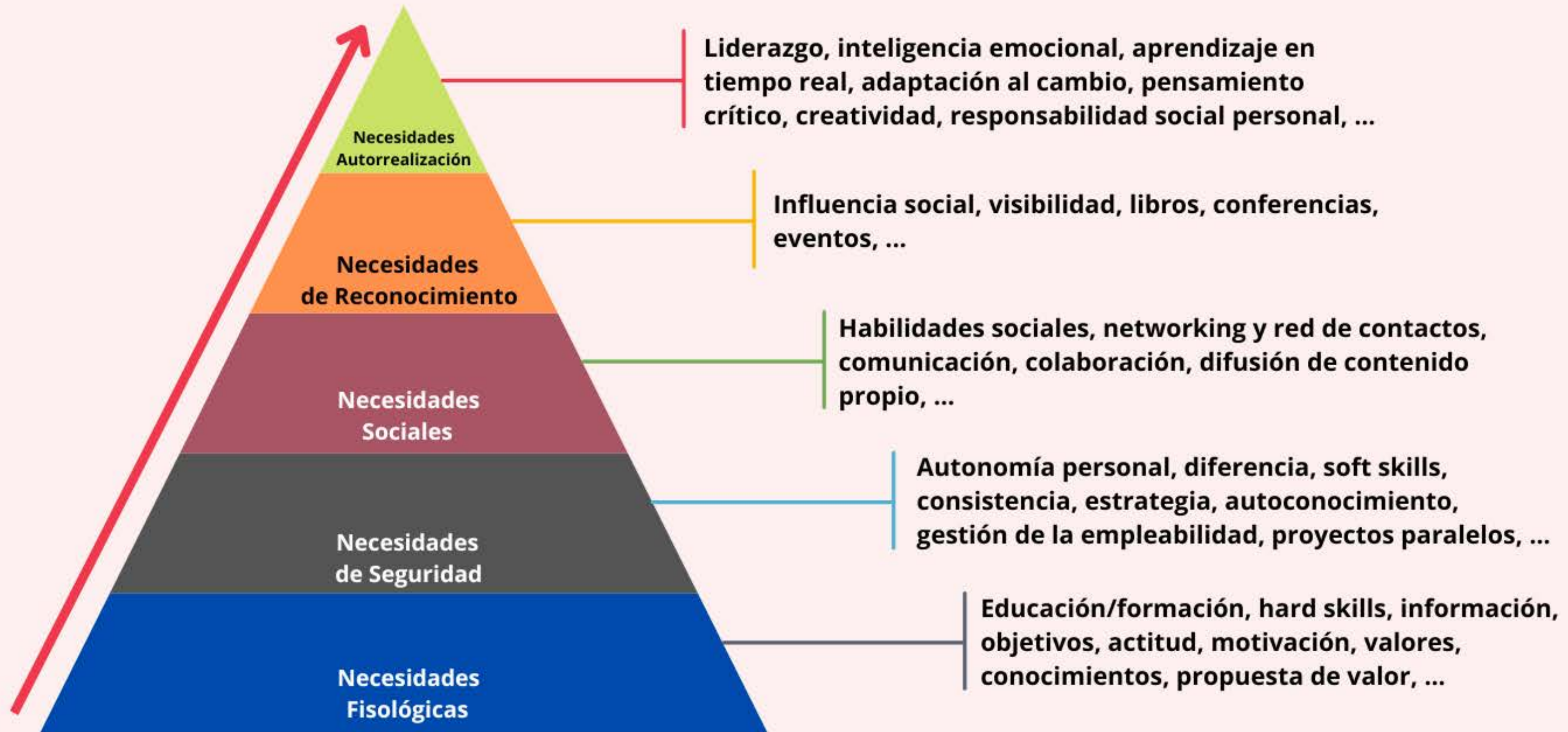


Definición de personal branding

Personal branding es el **proceso de creación de nuestra marca**. Se trata de hacer consciente la huella que dejamos y dar los pasos necesarios para que esta sea la que queremos dejar. En otras palabras, se trata de la **gestión de todos aquellos elementos que contribuyen a la construcción de nuestra marca**.



PIRÁMIDE DE MASLOW DE LA MARCA PERSONAL



Pirámide de Maslow de la Marca Personal

Versión 2

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar la marca personal, desde el autoconocimiento y la autenticidad hasta la creación de un impacto significativo y el establecimiento de un legado duradero.



MOTIVOS POR LOS QUE LA MARCA PERSONAL ES IMPORTANTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La marca personal en la búsqueda de empleo es fundamental porque actúa como tu huella única en un mercado laboral saturado. Una marca personal sólida no solo te distingue de otros candidatos, sino que también comunica tu valor único a posibles empleadores. Aquí hay una lista detallada de motivos por los que la marca personal es importante en la búsqueda de empleo:

1. Diferenciación en el mercado laboral:

- Único entre la multitud: en un mercado competitivo, una marca personal bien definida te ayuda a destacar entre otros candidatos con habilidades y experiencias similares.
- Resalta tus fortalezas: permite enfocar la atención en tus puntos fuertes, habilidades únicas y experiencias diferenciales.



2. Comunicación de tu valor:

- Claridad de valor: hace evidente para los empleadores qué puedes aportar a la organización, más allá de las habilidades técnicas.
- Promesa de valor: tu marca personal comunica una promesa de lo que los empleadores pueden esperar de ti, basada en tus logros pasados y tu ética de trabajo.

3. Construcción de credibilidad y confianza:

- Autoridad en tu campo: una marca personal fuerte puede establecerte como un experto o líder de pensamiento en tu industria, incrementando tu credibilidad.
- Confianza de los empleadores: al comunicar consistentemente tu marca a través de diferentes plataformas, construyes confianza con posibles empleadores.

4. Optimización de la visibilidad online:

- Presencia online positiva: una marca personal efectiva asegura que cuando los empleadores busquen tu nombre en línea, encuentren contenido profesional y positivo que refuerce tu candidatura.
- Redes sociales como herramienta: te permite utilizar redes sociales profesionales, como LinkedIn, para ampliar tu red y aumentar tu visibilidad ante reclutadores.



5. Fomento de oportunidades de networking:

- Conexiones estratégicas: una marca personal clara te ayuda a atraer y retener una red de contactos valiosos, incluidos mentores, colegas y líderes de la industria.
- Referencias y recomendaciones: las personas dentro de tu red están más dispuestas a recomendar o referirte si entienden claramente tu valor y tus objetivos profesionales.

6. Mejora de las oportunidades de empleo:

- Atracción de ofertas de trabajo: una marca personal sólida puede atraer oportunidades de empleo, incluso ofertas no solicitadas, ya que los empleadores te ven como una valiosa adición a su equipo.
- Negociación de mejores condiciones: con una marca personal fuerte, estás en una mejor posición para negociar salarios más altos y mejores condiciones de trabajo.



7. Facilitación de la transición de carrera:

- Flexibilidad profesional: una marca personal bien desarrollada te da la flexibilidad de cambiar entre industrias o roles, ya que enfatiza tus habilidades transferibles y tu valor general, no solo tu experiencia específica del sector.
- Emprendimiento: si decides emprender, tu marca personal ya establecida puede darte una ventaja inicial al construir confianza y reconocimiento.

8. Desarrollo profesional a largo plazo:

- Crecimiento continuo: una marca personal te obliga a estar constantemente aprendiendo y mejorando para mantener tu relevancia en tu campo, fomentando el desarrollo profesional continuo.
- Objetivos de carrera: ayuda a definir y comunicar tus objetivos de carrera a largo plazo, lo que puede guiar tus decisiones y trayectoria profesional.



9. Resiliencia ante cambios del mercado:

- Adaptabilidad: en un mercado laboral en constante cambio, una marca personal fuerte te proporciona una base sólida sobre la cual puedes adaptarte y pivotar según sea necesario.
- Seguridad laboral mejorada: a medida que avanzas en tu carrera, una marca personal consolidada puede proporcionarte una cierta medida de seguridad laboral, ya que tu valor es reconocido tanto dentro como fuera de tu organización actual.

10. Satisfacción y realización personal:

- Autenticidad: construir tu marca personal te permite ser auténtico en tu vida profesional, trabajando en roles y proyectos que reflejan tus verdaderos intereses y valores.
- Reconocimiento y logro: la marca personal también conlleva el reconocimiento de tus logros y contribuciones, lo que puede aumentar tu satisfacción y realización personal.



Análisis DAFO para la marca personal

DEBILIDADES

Dificultades y limitaciones internas

- Falta de objetivos (o poco claros)
- Escasa o nula visibilidad
- Mala reputación
- Escasa digitalización
- Bajos conocimientos de comunicación
- Poca adaptación al cambio
- Mala propuesta de valor

FORTALEZAS

Características y habilidades internas

- Titulaciones, conocimientos, formación, ...
- Buena visibilidad
- Buenas habilidades sociales
- Buena propuesta de valor
- Alta capacidad de creación de contenido

D

A

ANÁLISIS
DAFO

F

O

AMENAZAS

Dificultades y limitaciones externas

- Qué amenaza mi propuesta de valor
- Cambios normativos negativos
- Mala situación de la economía
- Propuesta de valor en decadencia
- ¿Inteligencia artificial?

OPORTUNIDADES

Características y habilidades externas

- Qué tecnologías puedo aprovechar
- Cambios normativos positivos
- Buena situación de la economía
- Propuesta de valor en alza
- Posibilidad de emprender

ICEBERG DE LA MARCA PERSONAL

¿Cómo percibimos el éxito de los demás en su marca personal?

LO QUE LA
GENTE VE

Tu marca personal funciona

LO QUE LA
GENTE NO VE
(O NO QUIERE VER)

Trabajo realizado en definir tus objetivos
Labor de autoconocimiento
Creación y mantenimiento de la estrategia de marca
Formación permanente / competencias / actitud
Esfuerzo / constancia / compromiso
Desarrollo y evolución de la propuesta de valor
Visibilidad / networking / contenidos
Habilidades sociales y plan de comunicación
Adaptación al cambio
Inversión en tiempo y recursos
Sacrificios personales / haters

Algunos consejos sobre Marca Personal para orientadores laborales/técnicos de empleo



La marca personal es el primer activo de la mayoría de los profesionales



Debes de desarrollar tu marca personal para dar ejemplo a tus usuarios



No puedes explicar algo a los usuarios que no hayas experimentado



Un Técnico con buena marca personal incentiva a los usuarios a trabajarla



Una buena marca personal te puede ayudar a convertirte en referente de la orientación laboral



El desarrollo de tu marca se debe basar en objetivos y estrategia



La difusión de tu marca hará que tengas una presencia más activa en redes sociales



Un buen trabajo de tu marca te "obliga" a estar actualizado constantemente



El desarrollo de tu marca te ayudará a dar mejor orientación y formación a tus usuarios



Un buen trabajo de marca te ayudará en la mejora de tu networking



Busca buenos referentes sobre marca personal y aprende de ellos

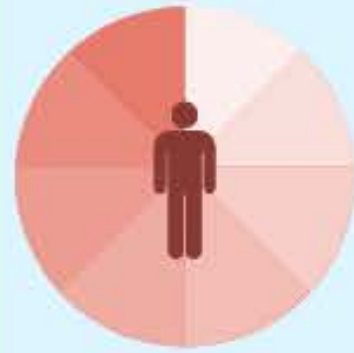


Hacer un buen trabajo de marca personal te atraerá proyectos nuevos

Algunos elementos que forman parte de tu marca personal



Curriculum
Empleabilidad
Competencias



Principios/ética
Valores
Personalidad



Información
Formación
Experiencia



Reputación
Visibilidad
Evolución



Propuesta de valor
Productos/servicios
Proyectos



Opiniones
Líneas rojas
Influencias



Engagement
Contactos
Imagen personal



Hab. sociales
Medios sociales
Publicaciones



Éxitos
Fracasos
Historia



Digitalización
Valor diferencial
Creatividad



Actitud
Coherencia
Constancia



Responsabilidad social
personal
Voluntariado

Briefing para la marca personal

- Nombre del profesional. Datos de contacto.
- Contexto. Historia profesional (formación, trabajos, ...). Situación actual. Evolución en los últimos años. Reputación actual y evolución.
- Empleados. Organigrama.
- Principales problemas actuales.
- Productos/servicios que comercializa actualmente (y en el corto plazo). Precios respecto del sector.
- Qué objetivos tiene a medio y largo plazo.
- Plan de marketing y comunicación personal.
- ¿Se dispone de imagen corporativa? Elementos con los que cuenta.
- Presupuesto de marketing.
- Acciones de marketing realizadas hasta ahora. Resultados obtenidos. Cuáles han funcionado mejor.
- Público objetivo. Cómo llegan los potenciales clientes. Geografía. Demografía. ¿Es el que queremos? B2B / B2C.

- Actividades de networking realizadas y logros conseguidos
- ¿Quién es la competencia principal? Otro tipo de competencia al que prestar atención.
- ¿Qué ventajas tenemos sobre la competencia? ¿Y desventajas?
- Valor diferencial respecto a la competencia.
- ¿Dispone de web/s? ¿Qué tráfico tiene la web? Procedencia del tráfico. Páginas más vistas. Google Analytics
- ¿Qué medios sociales tiene el profesional? ¿Qué tipo de publicaciones se hace en ellas? ¿Se realizan campañas publicitarias en redes?
- ¿Qué contenido genera o puede generar el profesional?
- Responsabilidad social personal.
- Pertenencia a asociaciones y colectivos.
- Premios/reconocimientos.
- Libros/publicaciones/apariciones en medios.

Esquema del Plan de Trabajo para la marca personal

Versión 2

• Punto de partida. Autoconocimiento

- Briefing
- Análisis DAFO
- Skills: hard/soft
- Habilidades digitales
- Visibilidad
- Reputación
- Red de contactos
- Referentes
- Competencia

• Objetivos

- Generales
- Específicos
- Cualitativos/cuantitativos
- Hitos importantes

• Público objetivo

- Público
 - Buyer person/s
 - Customer journey/s
- Geografía
- Empresas/organizaciones de interés
- Estrategia

• Propuesta de valor

- Producto mínimo viable
- Propuesta de valor
- Soy diferente en ...
- Precios/costes
- Portfolio de productos/servicios
- Creatividad/innovación
- Colaboradores

• Infraestructura

- Espacio físico
- Hardware
- Software

• Difusión de la marca

- Plan de marketing personal
- Web/Blog
 - Dominios
 - Hosting
 - Estructura Web/blog
- Podcast
- Medios sociales
 - Hashtags
- Networking
 - Touchpoints
 - Eventos de interés
- Publicidad
- Otros
 - Conferencias
 - Cursos
 - Consultoría
 - Libros
 - Artículos
 - Entrevistas

• Contenidos para publicar

- Materias sobre las que publicar
 - Brainstorming
 - Listado de temas
- Tipos de contenidos
 - De terceros
 - Propio
 - Herramientas
 - Reutilización
- Formatos
 - Texto
 - Imagen/vídeo/infografía
 - Otros
- Idiomas
- Herramientas para contenidos

• Proyectos paralelos

- Brainstorming
- Lista de proyectos posibles
 - Formación
 - Libros
 - Otros

• Plan de formación personal

- Competencias hard
- Competencias soft
- Habilidades digitales

• Evaluación

- Indicadores
- Análisis de datos
- Ideas de mejora

• Documentos de interés

- Catálogo de productos/servicios
- CV corto
- CV completo
- Diferentes BIO con diferentes propósitos
- Elevator Pitch
- Tarjetas de visita
- Carpeta de imagen corporativa
- Presentaciones

• Recursos de interés

- Libros
- Webs
- Vídeos
- Artículos

Algunas "cosillas" por las que no funciona tu marca personal

	Eres tremendamente aburrido		Ausencia de estrategia (o inadecuada)		Visibilidad mal trabajada (o inadecuada)
	Tu propuesta de valor no despierta interés		Mala elección de público objetivo		Tu "personalidad" no resulta agradable.
	Tu marca no destaca, es igual que otras muchas		Inadecuada elección de los canales para su difusión		No consigues implicar a tu comunidad
	Creas contenido irrelevante o de baja calidad		No la adaptas a los cambios		Parece que no te crees tu propia marca

ALGUNAS PREGUNTAS QUE HACERNOS PARA LA MARCA PERSONAL

- ¿QUIÉN ERES PROFESIONALMENTE?
- ¿QUÉ VALORES TRANSMITES?
- ¿CUÁLES SON TUS OBJETIVOS?
- ¿QUÉ PRODUCTOS/SERVICIOS TIENES?
- ¿CUÁL ES TU PÚBLICO OBJETIVO?
- ¿CUÁL ES TU GEOGRAFÍA OBJETIVO?
- ¿CUÁNTO TIEMPO VAS A DEDICAR AL PROYECTO?
- ¿QUÉ TIENES DIFERENTE A TU COMPETENCIA?
- ¿TIENES CONOCIMIENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN?
- ¿CUÁLES SON TUS LÍNEAS ROJAS?
- ¿QUÉ PIENSAN/SIENTEN LOS DEMÁS SOBRE TÍ?
- ¿QUÉ O QUIÉN ES TU COMPETENCIA?

- ¿QUÉ FUTURO TIENE TU PROFESIÓN/ACTIVIDAD?
- ¿PUEDES CREAR PROYECTOS PARALELOS?
- ¿QUIÉNES SON TUS REFERENTES?
- ¿QUÉ TE APASIONA?
- ¿PARA QUIÉN QUIERES TRABAJAR?
- ¿CON QUIÉN QUIERES TRABAJAR?
- ¿QUÉ RED DE CONTACTOS TIENES?
- ¿QUÉ COMPETENCIAS TE HACEN FALTA?
- ¿CUÁL ES TU NIVEL DE DIGITALIZACIÓN?
- ¿QUIÉNES VAN A SER TUS STAKEHOLDERS?
- ¿QUÉ QUIERES DEJAR DE HACER?
- ¿CUÁL ES TU RAPIDEZ DE APRENDIZAJE?

Algunas competencias no digitales de interés para la marca personal



Aprendizaje en tipo real
Aprendizaje activo
Aprendizaje continuo



Pensamiento crítico



Gestión de tiempo
Independencia



Adaptación al cambio



Resolución de problemas
Toma de decisiones



Comunicación
Marketing
Escucha activa



Empatía
Inteligencia emocional



Colaboración
Trabajo equipo



Capacidad de síntesis
Capacidad de análisis



Habilidades sociales
Liderazgo

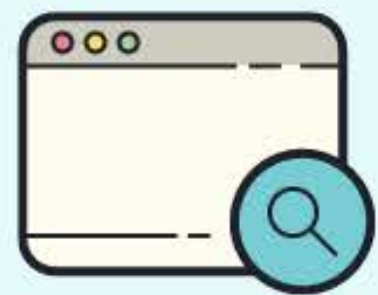


Experiencia de usuario
Creatividad
Innovación



Independencia personal
Ética
Responsabilidad social

Algunas competencias digitales de interés para la marca personal



Curación y
búsqueda avanzada
de contenido



Word
Excel
PowerPoint



Medios sociales



Marketing y
comunicación digital



Correo electrónico
Mensajería/Chat
Videoconferencia



Agenda
Notas/Tareas/Listas
Contactos



Vídeo/Fotografía
Streaming
Podcast



Manejo datos
Analítica digital



Hablar en público
por canales digitales



Nube y colaboración
digital
Inteligencia Artificial



Aprendizaje digital
Creatividad digital
Innovación digital



Canva
Genial.ly

Algunos medios sociales de interés para difundir tu marca personal

	Web Blog		LinkedIn		Twitter Mastodon Bluesky
	Facebook		Instagram Threads		TikTok
	Pinterest		Issuu Slideshare SlideServe		YouTube Vimeo
	Twitch Kick		WhatsApp Telegram		Podcasts IVoox Spotify

12 TIPOS DE MARCA PERSONAL

Consolidada



Enfocada, con estrategia, con los objetivos claros, sensible al mercado y con un buen trabajo diario. Es la consecuencia de un buen trabajo.

Incipiente



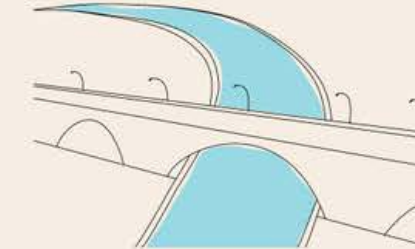
Aquella que comienza su andadura, parece tener claro los objetivos y el trabajo a realizar. Todavía un poco verde.

En fase idea



Tiene la idea de afrontar el trabajo de desarrollar una Marca Personal. Si se queda en idea, no sirve para nada. Lleva el proyecto a cambio.

Guadiana



Sin constancia, aparece y desaparece en función de no se sabe qué. Lo de la constancia no va con ella. La constancia es crítica para la marca.

Fake



Más falsa que un billete de 7,25 euros. Hay algunas personas que consideran que "inventarse" una buena marca personal es buena idea. Nunca lo es.

Fotocopia



Aquella basada en copiar la estrategia y el trabajo de otra, pero sin molestarse en adaptarla a sus características.

Veleta



Desenfocada, sin rumbo, sin objetivos, sin estrategia, sólo se mueve a ritmo de la moda. Esto se produce por falta de objetivos adecuados y estrategia.

Postureo



La que confunde el posturero con un buen trabajo para el desarrollo de su marca. La marca personal debe centrarse en el "ser" no en el "aparentar".

Innecesaria



Sustentada en intentar "vender" algo que no tiene demanda en el mercado y que no la va a tener. Una marca personal innecesaria no tiene cabida.

Invisible



Aquella que piensa que con ser bueno en el trabajo es suficiente, y no hace trabajo adecuado de difusión. Lo que no se conoce, no se compra.

Académica



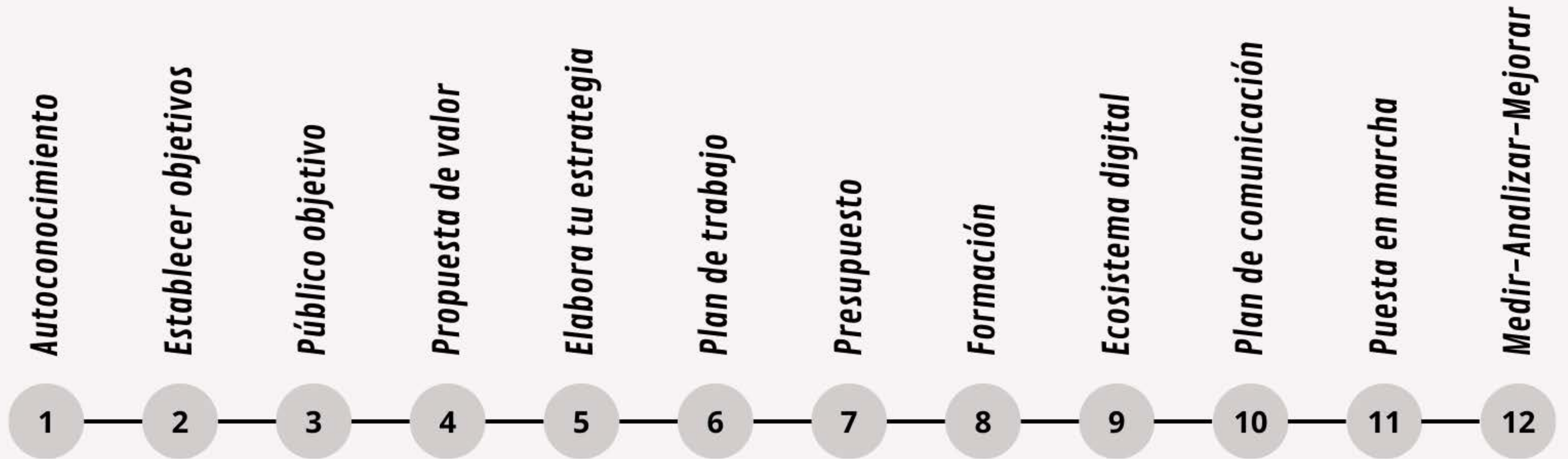
Muy de manual, meramente teórica, sin un desarrollo práctico adecuado. La marca personal debe adaptarse a las características de la persona.

Nivel Dios



La que se cree mejor que todos los demás, y actúa en consecuencia. El complejo de Dios no es un buen componente para tu marca personal.

Etapas desarrollo Marca Personal



12 ETAPAS PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DE MARCA PERSONAL

Autoconocimiento



Hemos de conocer nuestro punto de partida, qué competencias y habilidades tenemos, valores, valor diferencial, red de contactos,...

Establecer Objetivos



Hemos de establecer los objetivos que queremos conseguir con nuestro proyecto de marca personal. Puedes utilizar objetivos SMART.

Público objetivo



Hemos de diseñar una Estrategia de cómo lograr los objetivos que nos hemos propuesto con el proyecto. La Estrategia debe evolucionar.

Propuesta de valor



¿Qué problemas resuelves? ¿Qué oportunidades detectas? ¿Qué valor aportas? Tu propuesta de valor debe centrarse siempre en el cliente.

Elabora tu Estrategia



Hemos de diseñar una estrategia de cómo lograr los objetivos que nos hemos propuesto con el proyecto. Siempre debe tenerse por escrito.

Plan de trabajo



Una vez diseñada la estrategia, tenemos que descender a detallar que acciones concretas vamos a desarrollar para lograr el éxito de

Presupuesto



Cómo todo proyecto, éste requiere de una dotación presupuestaria, una parte irá destinada a algunas inversiones, otra parte destinada a tiempo de

Formación



La marca personal requiere de conocimientos de comunicación, hard skills, herramientas tecnológicas... Hay que afrontar la formación

Ecosistema digital



Hemos de crear el ecosistema digital adecuado para el desarrollo del proyecto, que debe de ser eficaz y eficiente para ayudar al éxito.

Plan comunicación



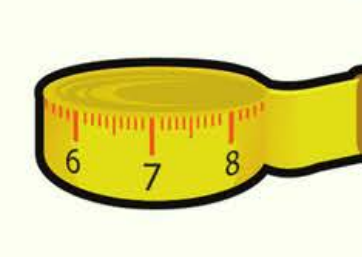
Hemos de diseñar el plan de comunicación más adecuado para las características de nuestra marca personal, y alineado con la estrategia.

Puesta en marcha



Hay que arrancar el proyecto, a partir de ahí, será el día a día de tu proyecto de marca personal. Es evidentemente la parte más larga del proyecto.

Medir-analizar-mejorar



Hay que medir y comprobar si vamos consiguiendo los objetivos, y hacer las modificaciones adecuadas de las estrategia y en el plan de trabajo.

Matriz urgente/importante de la marca personal

URGENTE

NO URGENTE

IMPORTANTE

El día a día y lo que no has hecho en su momento

- Responder a menciones o comentarios negativos en redes sociales o plataformas profesionales.
- Actualizar tu perfil en redes sociales y plataformas profesionales si hay cambios significativos en tu carrera.
- Preparar para una presentación o evento próximo donde representarás tu marca.
- Cumplir con plazos para publicaciones o colaboraciones que has comprometido.
- Proteger tu reputación en caso de un malentendido o crisis.
- Responder a oportunidades de networking o colaboración que tienen plazos cercanos.



La zona en la que más tiempo tienes que invertir

- Desarrollar una estrategia a largo plazo para tu marca personal.
- Crear y mantener un blog o sitio web personal.
- Aprender nuevas habilidades o adquirir conocimientos que enriquezcan tu marca.
- Construir y cultivar relaciones de networking a largo plazo.
- Solicitar o recopilar testimonios y recomendaciones.
- Planificar y producir contenido regular para tus plataformas.
- Buscar nuevos proyectos paralelos de interés para tu marca personal.



NO IMPORTANTE

El día a día de dudosa utilidad

- Responder a invitaciones a eventos o reuniones que no son cruciales para tu marca.
- Contestar correos electrónicos y mensajes que no están directamente relacionados con tu marca personal.
- Asistir a eventos de networking que no son específicos de tu nicho.
- Actualizaciones menores en redes sociales o tu sitio web.
- Participar en debates online actuales que no están directamente relacionados con tu área de expertise.
- Gestionar solicitudes de conexión en redes sociales.



El tiempo que inviertes aquí lo tiras a la basura

- Navegar en redes sociales sin un objetivo específico para tu marca.
- Participar en actividades o eventos que no tienen relevancia para tu campo profesional.
- Dedicar tiempo a aprender habilidades que no aportan a tu marca personal.
- Crear contenido que no alinea con tus objetivos de marca personal.
- Perseguir colaboraciones o oportunidades de networking que no se alinean con tus valores o metas.
- Engancharse en debates online que pueden dañar tu imagen profesional.



12 APLICACIONES DE LA MARCA PERSONAL PARA UN PROFESIONAL

Talento



Puedes mostrar tu talento a los demás, pero también puede atraer talento hacia tus proyectos o tu empresa. Una buena marca personal atrae al talento.

+ Networking



Si tu marca personal es atractiva, tendrás muchas más posibilidades de hacer networking 2.0, pero también en el mundo 1.0.

Visibilidad



Al tener que difundir tu marca personal, serás mucho más visible, y por lo tanto fácilmente localizable por aquellos a los que interese tu marca.

Empleabilidad



La empleabilidad es la capacidad de un profesional de ser absorbido por el mercado laboral. Una buena marca personal te ayuda.

Ser un referente



Una de las aplicaciones interesantes de la marca personal es la posibilidad de convertirte en un referente de tu sector o área de actividad.

Emprendimiento



La marca personal te ayudará a emprender, seas un profesional o tengas una empresa. Ser reconocido ayuda a la hora de buscar socios, clientes, ...

Vender



Una de las aplicaciones más evidentes de una buena marca personal, es que ayuda a vender tu trabajo o el de la empresa en la que prestas tus servicios.

Reputación



Una buena estrategia de marca personal, ayuda a conocer y mejorar la reputación que tienen entre tus contactos.

Aprender



Uno de los objetivos de cualquier estrategia de marca personal es mejorar y el aprendizaje necesario para la mejora profesional.

Oportunidades en crisis



Una de las aplicaciones que tiene una buena marca personal es la de disponer de más oportunidades en épocas de crisis.

Autoconocimiento



En las primeras fases de una estrategia de marca personal, el autoconocimiento es básico para establecer tus objetivos.

+ Productividad



Disponer de una buena estrategia de marca personal y mejorar el aprendizaje y tu gestión del tiempo, te hará ser mucho más productivo.

12 EXCUSAS O FRENOS PARA NO DESARROLLAR TU MARCA PERSONAL

No tengo tiempo



No es cierto que no tengamos tiempo, todos tenemos el mismo. Decidimos en qué lo invertimos. La marca personal es una buena inversión de tu tiempo.

No me hace falta



Si esperas a que te haga falta, seguramente sea tarde. La marca personal es una necesidad profesional crítica en la actualidad.

Quiero ser anónimo



Resulta evidente que cuando se trabaja la marca personal, hay que difundirla. Si eres anónimo nadie te encontrará para un trabajo o proyecto.

Nunca me ha hecho falta



Como todas las innovaciones, antes no hacían falta. Un ejemplo, Internet no hizo falta hasta que se convirtió en una necesidad.

Yo soy el jefe que lo hagan los demás



La marca personal puede ayudar a la marca de la empresa, si queremos que los trabajadores ayuden con su marca, los "jefes" deben de dar ejemplo.

No me pagan por eso



Nos pagan por hacer el trabajo de la mejor manera posible. Hubo un tiempo en el que el teléfono móvil no se usaba para trabajar.

No sé cómo hacerlo



Esa excusa es muy mala, si no sabemos hacer algo, siempre tenemos la posibilidad de aprender a hacerlo, y la marca personal no es una excepción.

Soy muy mayor



La esperanza de vida es cada vez mayor, la carrera profesional probablemente se extenderá hasta los 70 años. Nunca es tarde.

No lo veo



La mayoría de los expertos que se dedican a la orientación profesional, indican que todo profesional necesita desarrollar su marca personal.

No tengo objetivos claros



En el diseño de la estrategia de tu marca personal, uno de los primeros pasos es establecer tus objetivos profesionales. Es un buen momento para definirlos.

Tengo trabajo fijo



Nadie tiene trabajo fijo, en cualquier momento nos podemos quedar sin éste. Debes buscar ser empleable siempre. La marca personal ayuda.

No tengo nada que contar



Para difundir tu marca personal es necesario utilizar Internet para ello, y hay que hacer publicaciones. Todos tenemos algo interesante que contar.

12 ERRORES EN TU TRABAJO DE MARCA PERSONAL

Objetivos poco claros



Sin objetivos claros es imposible hacer un buen trabajo de marca personal, la estrategia y el plan de trabajo parten de éstos.

No tener estrategia



Hemos de diseñar una estrategia (por escrito) que nos conduzca a la consecución de los objetivos que nos hemos propuesto con la marca.

No trabajar la marca



No prestar atención a la marca personal y no hacer un buen trabajo en ella, es en sí mismo, un grave error para un profesional.

Falta de constancia



Como en cualquier actividad personal o profesional, la constancia es básica para aumentar las posibilidades de éxito en el proyecto de marca.

Falta de coherencia



Nuestra marca personal tiene que ser coherente con nuestros objetivos, principios, valores y con nuestra personalidad.

Falta de formación



Conseguir nuevas competencias necesarias es imprescindible para la evolución de nuestra marca personal, siempre alineadas con tus objetivos.

Alimentar el Ego



En ocasiones dedicamos mucho tiempo y esfuerzo a alimentar el Ego, es un grave error para nuestra marca personal.

Comunicación/Marketing



No hemos de olvidar que debemos disponer de un plan de comunicación y marketing para difundir nuestra marca personal.

Propuesta de valor



Debemos trabajar una propuesta de valor que sea demandada por el mercado y que nos haga destacar de la competencia.

No adaptarse al cambio



El mercado, nuestros clientes, la tecnología, ... van cambiando de forma muy rápida. Nuestra marca personal debe adaptarse a estos cambios.

Falta de visibilidad



La visibilidad es uno de los activos de la marca personal más infravalorados. Hemos de ser visibles dónde sea necesario.

No medir/analizar



Hemos de medir los resultados de nuestra marca, analizarlos y modificar nuestra estrategia para poder mejorarlos.

12 CONSIDERACIONES SOBRE LA MARCA PERSONAL

Individuo vs. marca



Aunque hablamos de "marca" personal, lo primero es siempre la persona, hemos de ver los componentes personales sobre los que se va a basar nuestra

Estrategia por escrito



La Estrategia para nuestra marca personal debe estar por escrito, ya que no sirve "tenerla en la cabeza". Habrá que evolucionarla con el tiempo..

Relaciones sólidas



Un buen trabajo de marca personal ayuda a establecer relaciones personales y profesionales, intenta que sean lo más sólidas y reales posibles.

Sentido común



En todos los procesos del desarrollo de tu marca personal has de aplicar el Sentido Común. Trabajar con buena información y datos siempre ayuda.

No constancia, No éxito



Como en cualquier proyecto personal o profesional, debemos ser constantes en nuestro aprendizaje y esfuerzo. En la marca personal la constancia es crítica.

Sé positivo



Hemos de ser positivos y proyectarlo a los demás. Una marca personal basada en negatividad tiene pocas posibilidades de éxito.

Cuidado con el Ego



Cuándo en nuestro proyecto de marca personal conseguimos algún éxito, debemos de tener cuidado con el Ego, es un mal compañero de viaje.

Actitud



A la hora de contrarar personal para un trabajo o un proyecto, cada vez de valora más la actitud, incluso por encima de la aptitud.

No es postureo



No hay que confundir "postureo" con marca personal, ésta no consiste en proyectar una imágen equivoca de nosotros.

No es manipulación



Hay quienes piensan que un proyecto de marca personal consiste en manipular lo que los demás opinan de nosotros. No es así.

Todos la necesitamos



Todos tenemos marca personal, la diferencia está en si se basa o no en una estrategia y un proyecto. Todo profesional necesita trabajar su marca.

Alineada con la empresa



Si prestas tus servicios a una o varias empresas, tu marca debe ir alienada con éstas. No tiene sentido que cada marca reme en direcciones distintas.

12 CONSECUENCIAS DE UN BUEN TRABAJO DE TU MARCA PERSONAL

Visibilidad



Un buen trabajo de la marca personal debe implicar una buena estrategia de visibilidad enfocada al público objetivo y a la geografía deseada.

Atraer trabajo



En la actualidad, no es suficiente salir a buscar trabajo, una marca personal ayuda a que el trabajo te vaya a buscar. Aumentas tus posibilidades..

Atraer proyectos



En muchos ámbitos, es habitual trabajar por proyectos, una marca bien posicionada ayuda a atraer proyectos en los que puedes participar.

Atraer talento



En ocasiones, tendrás la necesidad de buscar talento para tus proyectos, una buena marca personal aumenta tus posibilidades de atraerlo.

Networking



Disponer de una marca conocida, reconocida y de valor, te permitirá ser atractivo para que otros quieran hacer networking contigo.

Carrera profesional



Si tienes una buena estrategia de marca, serás el conductor y líder de tu propia carrera profesional. La marca personal te ayudará en tu carrera.

Atraer inversores



Si buscas emprender, contar con una buena marca personal puede ayudar a la difícil tarea de atraer financiación hacia tus proyectos.

Diversificación



La forma tradicional de moverse por el mercado laboral ya no es suficiente. La marca personal abre nuevas vías para que diversifiques.

Aumento del valor



Si se realiza un buen trabajo de la marca personal, ello podrá ayudar a aumentar tu valor (y tu precio) como profesional.

Sostenibilidad



Una buena estrategia de marca personal te permitirá estar "en el mercado" a lo largo del tiempo. Hará tu carrera profesional sostenible en el tiempo.

Método



Un buen trabajo de marca personal se consigue con estrategia y método, que también podemos aplicar al resto de nuestra actividad.

Vender



Es la consecuencia natural de todas las anteriores. Todo profesional, tiene entre sus objetivos "vender" más y mejor.

12 ELEMENTOS QUE DEBEN FORMAR PARTE DE TU RESPONSABILIDAD SOCIAL PERSONAL (RSP)

E inclúyelos en tu Marca Personal

Aprender



El aprendizaje a lo largo de la vida te ayudará a ser un miembro útil de la Sociedad.

Enseñar



Enseñar es la mejor forma de aprender, por ello debes hacer un esfuerzo en enseñar a los demás.

Trabajo



El trabajo es una pieza fundamental de la Responsabilidad Social Personal de todos los miembros de la Sociedad

Respeto



El respeto a los demás es uno de los elementos mas importantes a la hora de construir una buena Sociedad.

Valores



Hay que trabajar tus valores y ayudar a trabajar los de los demás, sin valores puede existir la Sociedad.

Implicación social



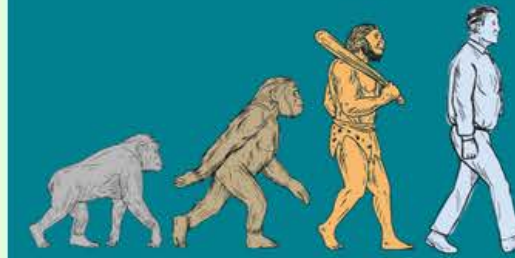
No pases por la Sociedad como si fueras un mero espectador, debes implicarte activamente en ella.

Ayuda



Ayudar a los demás es uno de los elementos más importantes de tu Responsabilidad Social Personal.

Evolución/Cambio



La vida es evolución y cambio. Los cambios siempre son una oportunidad. Sé el motor del cambio.

Colabora



No se puede entender una Sociedad sin que exista colaboración entre sus miembros.

Derechos



Los derechos no se consiguen sin esfuerzo, que debemos aportar para construir una Sociedad mejor.

Medio ambiente



Has de cuidar el medio ambiente para vivir en un mundo mejor y ayudar a concienciar sobre éste.

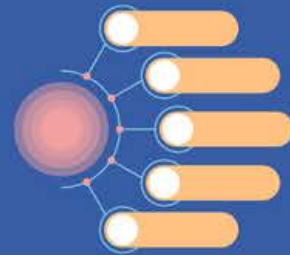
Construir Sociedad



Haz que tus ideas y acciones siempre contribuyan a la construcción de una Sociedad mejor.

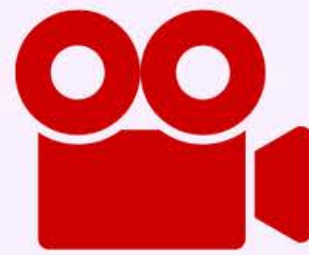
12 TIPOS DE CONTENIDOS PARA DIFUNDIR TU MARCA PERSONAL

Infografías



Las infografías son uno de los contenidos que mejor funciona, son fáciles de difundir y se comparten de forma habitual.

Vídeo



En los últimos tiempos el vídeo es el tipo de contenido que más ha crecido. Puedes hacer tutoriales, difusión de eventos, formación, entrevistas, ...

Sreaming



La emisión de vídeo en directo a través de YouTube, Zoom, redes, ... puede reforzar tu marca personal. Webinars y eventos son un buen ejemplo.

Imágenes



Con las imágenes puedes mostrar tu actividad profesional, tu participación en eventos, realizar montajes con tus ideas, compartir tus conocimientos, ...

Artículos



Escribir en tu blog/web o en el de terceros, te permitirá mostrar tus conocimientos y habilidades y posicionarte como referente.

Entrevistas



Si consigues atraer el interés de los medios de comunicación, es posible que éstos se pongan en contacto contigo para entrevistas.

Podcasts



Otro de los formatos que más está creciendo son los podcast, en formato de audio o vídeo. Puede ser buena idea para tu marca personal.

Presentaciones



Las presentaciones en PowerPoint, Prezi, Canva, Genial.ly, ... siempre son un tipo de contenido interesante para difundir tu marca.

Conferencias/cursos



A través de conferencias y cursos podrás mostrar los conocimientos, aptitudes y habilidades que forman parte de tu marca personal.

Plantillas



Diseñar y difundir plantillas para que otros las utilicen en sus proyectos, puede ser una buena idea para tu marca personal.

Manuales



Puedes elaborar manuales en formato eBook (o físico) para difundir tus conocimientos, además, te ayudarán a profundizar en ciertos temas.

Libros



Es el contenido que mayor refuerzo de tu marca personal puede tener. También hemos de decir, que es el más complejo de crear de todos.

12 INDICADORES PARA MEDIR LA EVOLUCIÓN DE TU MARCA PERSONAL

Ofertas de trabajo



Si estás haciendo un buen trabajo con tu Marca Personal y vendes algo que el mercado demanda, es habitual recibir más ofertas de trabajo.

Ofertas de proyectos



Al desarrollar una Marca Personal consistente, atractiva y visible, resultarás interesante para participar en más proyectos.

Nuevas competencias



Una buena estrategia de tu Marca, que se adapte al mercado, te hará adquirir nuevas competencias que sin ella no adquirirías.

Aumento caché



Una forma de medir un buen trabajo en el desarrollo de tu marca, sin duda, es tu "precio de mercado", una buena marca aumenta el precio.

Invitaciones eventos



Un buen trabajo de Marca Personal, sumado a "vender" un producto o servicio demandado por el mercado, te hará atractivo para los eventos.

Tráfico a tu web/blog



Una buena Marca Personal, tendrá una estrategia de comunicación digital, centrada en tu web/blog, el trabajo hará que el tráfico aumente.

Nuevos amigos



Un buen trabajo de Marca, te permitirá conocer nuevas personas, si has "hecho nuevos amigos", has trabajado bien la parte personal.

Entrevistas en medios



Cuándo los medios de comunicación buscan expertos en una materia para un artículo una entrevista, tu trabajo de Marca te ayudará.

Engagement digital



Hoy gran parte de la comunicación de tu marca personal es digital, un buen trabajo aumentará tu engagement digital, y también el no digital.

Conferencias/cursos



Si tu trabajo en el desarrollo de tu Marca ha sido bueno, puedes haberte convertido en un referente del sector, te ofrecerán impartir cursos y conferencias.

Cumplimiento objetivos



En una buen Estrategia de Marca Personal, uno de lo puntos de partida son los objetivos a conseguir, ¿cuántos has logrado?

Reputación



La reputación profesional y personal, sin duda, en un indicador importante en el desarrollo de tu Marca Personal. Tu reputación es un gran activo.

12 CONSEJOS SOBRE MARCA PERSONAL PARA ESTUDIANTES

Importancia



Los estudiantes deben conocer en profundidad la importancia de la marca personal. Deben empezar a trabajarla en esta etapa de su vida.

Referentes



Una de las mejores formas de aprender sobre marca personal y adquirir ideas es conocer a los referentes de tu sector que mejor la trabajan y seguirles.

Propuesta de valor



Has de trabajar tu propuesta de valor, es decir, qué puedes hacer por los demás que sea susceptible de que deseen contratar tus servicios.

Diferencia



El estudiante debe conocer en qué es diferente y en qué quiere ser diferente de tus competidores. Y debes poner esta diferencia en valor.

Comunicación



Una de las competencias más importantes que necesitas para el desarrollo de tu marca personal es la de comunicación, ¡trabájala!

Medios sociales



Los medios sociales son un excelente canal para dar a conocer tu marca personal, pero también para aprender sobre ella y sobre otras materias.

Contactos/networking



Disponer de una gran red de contactos y mantenerla es uno de los principales valores de un profesional. Puedes empezar con tus amigos y compañeros.

Objetivos



Aunque es difícil que un estudiante pueda tener claros sus objetivos profesionales, en esta etapa es importante trabajarlos.

Estrategia



Para realizar un buen trabajo con tu marca personal debes hacerlo con estrategia (por escrito), y evolucionarla con los cambios que se produzcan.

Formación permanente



Para mantener y mejorar tu propuesta de valor es necesario aprender todo aquello que la evolucione y mejore. La formación permanente es crítica.

Gestión del tiempo



Uno de los aspectos del trabajo a realizar con tu marca personal es una correcta gestión del tiempo, te hará más productivo.

Constancia



En todas las facetas de la vida, tanto personales como profesionales, la constancia es vital, también lo es para la evolución de tu marca personal.

12 CONSEJOS PARA TRABAJAR LA MARCA PERSONAL EN LOS CENTROS EDUCATIVOS

Ejemplo



La comunidad educativa (profesores, directores, ...) tiene que dar ejemplo con el desarrollo y puesta en valor de sus marcas personales.

Análisis de marcas



Se podrían plantear ejercicios sobre el análisis de las marcas personales de los principales referentes relacionados con la titulación y/o asignaturas.

Trabajos



Otro consejo puede ser que en determinados trabajos que se encarguen a los alumnos se incluyan apartados de marca personal.

Talleres



Otra idea que puede resultar útil es la realización de talleres relacionados con la marca personal, adaptados a las edades de los alumnos.

Asignaturas



En las asignaturas podría resultar interesante dar relevancia a la marca personal y poner como ejemplo a los referentes con mejor marca personal.

Sensibilización



El sistema educativo en su conjunto, los centros, los profesores, ... deben de implicarse en la sensibilización sobre la importancia de la marca personal.

Colaboraciones



Es importante realizar colaboraciones con referentes en marca personal y entre los diferentes centros educativos para potenciar el trabajo.

Manuales



Aunque es difícil que un estudiante pueda tener claros sus objetivos profesionales, en esta etapa es importante empezar a trabajarlos.

Medios sociales



Es interesante que los medios sociales del sistema educativo y de los centros educativos se impliquen en difundir la importancia de la marca personal.

Formación profesorado



Sería interesante empezar a incluir en la formación del profesorado materias relacionadas con la marca personal y cómo usarla para los alumnos.

Trabajar con los padres



Otro de los aspectos que hay que trabajar es conseguir la colaboración e implicación de los padres en el trabajo de la marca personal.

Conferencias



Ofrecer a los profesores y alumnos conferencias de especialistas en la marca personal, tanto de forma presencial como online.



"La visibilidad es uno de los principales activos de un profesional. Si no eres fácil de localizar, perderás muchas oportunidades".

Alfredo Vela
Consultor digital

“Aunque no lo creas, eres lo que Google dice de ti”

@alfredovela

InfoJobs
Let's work!

Pirámide de Maslow de la Visibilidad de un Profesional

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar el proceso de innovación, desde las necesidades básicas y la seguridad hasta la sostenibilidad y el establecimiento de un legado de innovación.



LA IMPORTANCIA DE LA VISIBILIDAD EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La visibilidad en el contexto de la búsqueda de empleo se refiere a cuán visible eres para los reclutadores, empresas y en tu red profesional. Una adecuada visibilidad puede significar la diferencia entre ser considerado para oportunidades de trabajo emocionantes o ser pasado por alto. Aquí vemos los motivos por los cuales aumentar tu visibilidad es crucial en la búsqueda de empleo:

1. Aumento de oportunidades laborales:

- Descubrimiento por reclutadores: una mayor visibilidad aumenta las posibilidades de que los reclutadores te encuentren cuando buscan candidatos con tus competencias, habilidades y experiencia.
- Acceso al mercado laboral oculto: muchas oportunidades de empleo nunca se publican y solo se cubren a través de redes y contactos; ser visible te abre la puerta a estas oportunidades.



2. Reforzamiento de la marca personal:

- Diferenciación: en un mercado laboral competitivo, una marca personal fuerte te ayuda a destacar entre la multitud.
- Demostración de expertise: la visibilidad permite compartir tus conocimientos y experiencia, estableciéndote como un experto en tu campo.

3. Construcción y mantenimiento de la red de contactos:

- Expansión de la red: ser activo y visible en eventos de networking y en plataformas en línea te ayuda a construir y expandir tu red de contactos profesionales.
- Fortalecimiento de relaciones existentes: la visibilidad constante te mantiene en la mente de tus contactos, lo cual puede resultar crucial cuando surgen oportunidades.



4. Mejora del acceso a recursos e información:

- Tendencias del sector: ser visible y estar conectado te mantiene informado sobre las últimas tendencias y desarrollos en tu sector.
- Consejos y estrategias: a través de tu red, puedes acceder a consejos y estrategias valiosas de colegas y mentores.

5. Facilitación del desarrollo profesional:

- Oportunidades de aprendizaje: la visibilidad te puede llevar a oportunidades de desarrollo profesional, como invitaciones a eventos, conferencias, seminarios y talleres.
- Mentoría y asesoramiento: al ser visible, es más probable que encuentres mentores y asesores dispuestos a invertir tiempo en tu desarrollo.

6. Atracción de propuestas y proyectos:

- Freelance y consultoría: para profesionales independientes, la visibilidad es clave para atraer clientes y proyectos.
- Colaboraciones: la visibilidad puede llevar a oportunidades de colaboración con otros profesionales y organizaciones.



7. Facilitación de transiciones de carrera:

- Cambio de sector o función: una visibilidad adecuada facilita el cambio a un nuevo campo o función, al mostrar tu adaptabilidad y habilidades transferibles.
- Reinserción laboral: después de una pausa en tu carrera, ser visible ayuda a comunicar tu disponibilidad y compromiso para volver al mercado laboral.

8. Aumento de la confianza y credibilidad:

- Validación de la comunidad: el reconocimiento y la interacción positiva de tu red y comunidad pueden aumentar significativamente tu confianza.
- Percepción de valor: la visibilidad contribuye a la percepción de tu valor como profesional, lo cual es crucial durante negociaciones de ofertas de trabajo.



9. Adaptabilidad al mercado laboral dinámico:

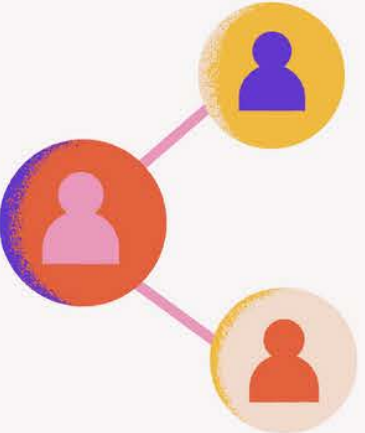
- Relevancia: mantenerte visible y activo te asegura que permanezcas relevante en un mercado laboral en constante cambio.
- Preparación para el futuro: la visibilidad te prepara para futuras oportunidades de empleo, incluso cuando no estés buscando trabajo de forma activa.

10. Mejora de la satisfacción personal:

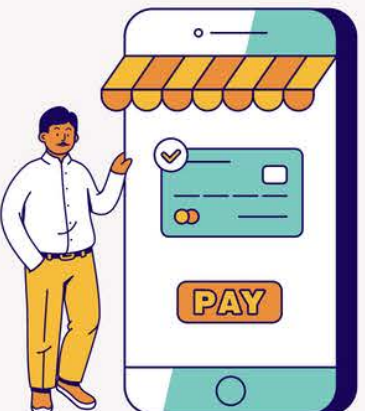
- Sentido de logro: la construcción de una red profesional y el reconocimiento de tus logros contribuyen a un mayor sentido de satisfacción y logro personal.




Definición de identidad digital



La Identidad Digital es el **conjunto de informaciones publicadas en Internet sobre nosotros y que componen la imagen que los demás tienen de nosotros**: datos personales, imágenes, noticias, comentarios, gustos, amistades, aficiones, etc. Todos estos datos nos describen en Internet ante los demás y determinan nuestra reputación digital, es decir, la opinión que los demás tienen de nosotros en la red.

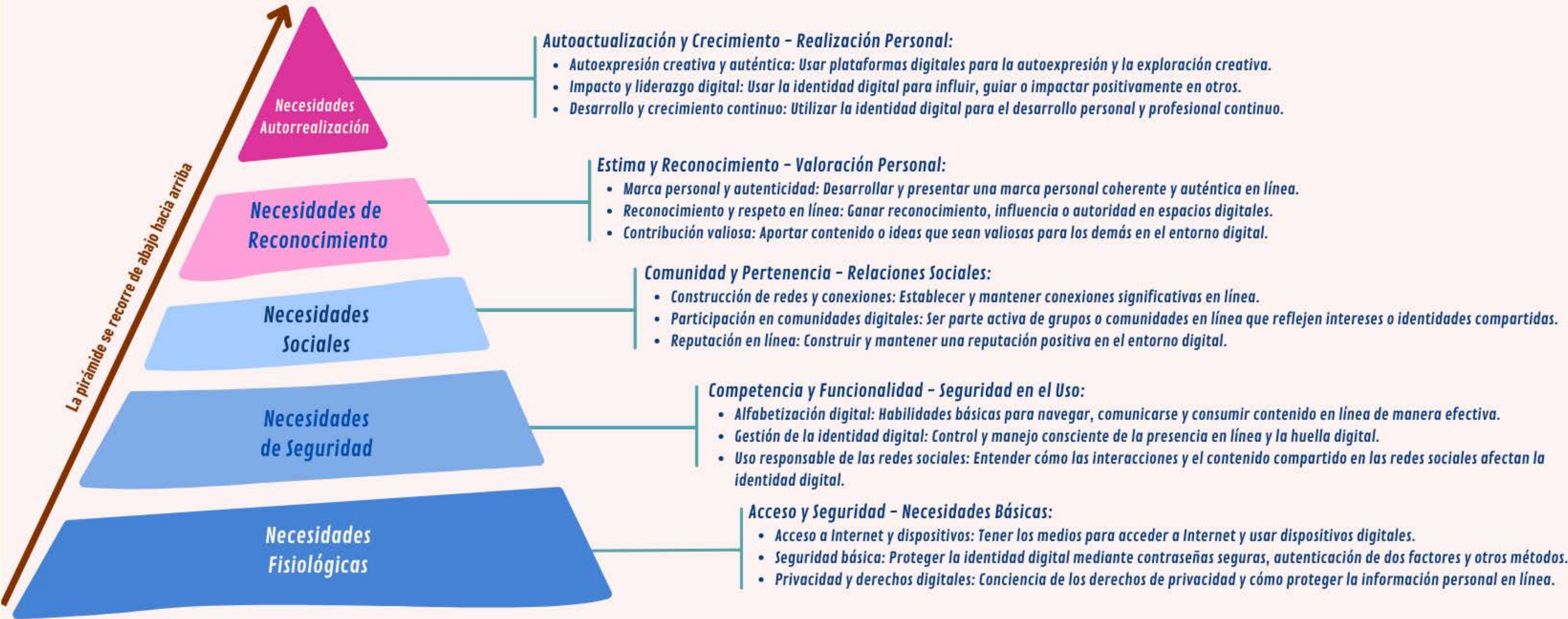


Esta identidad puede construirse sin que se corresponda exactamente con la realidad. Sin embargo lo que se hace bajo esa identidad digital tiene sus consecuencias en el mundo real y viceversa. La identidad digital es la traslación de la identidad física al mundo online.




Pirámide de Maslow de la identidad digital

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar la identidad digital, desde la creación de una presencia básica y segura hasta el desarrollo de un legado duradero y significativo en el ámbito digital. A través de esta progresión, se fomenta no solo una gestión segura y efectiva de la identidad en línea, sino también una participación activa y positiva en el mundo digital.




Definición de huella digital



La huella digital es el **conjunto de datos e información que una persona deja en Internet a través de sus actividades en línea**, como publicaciones en redes sociales, búsquedas en la web, y transacciones electrónicas.



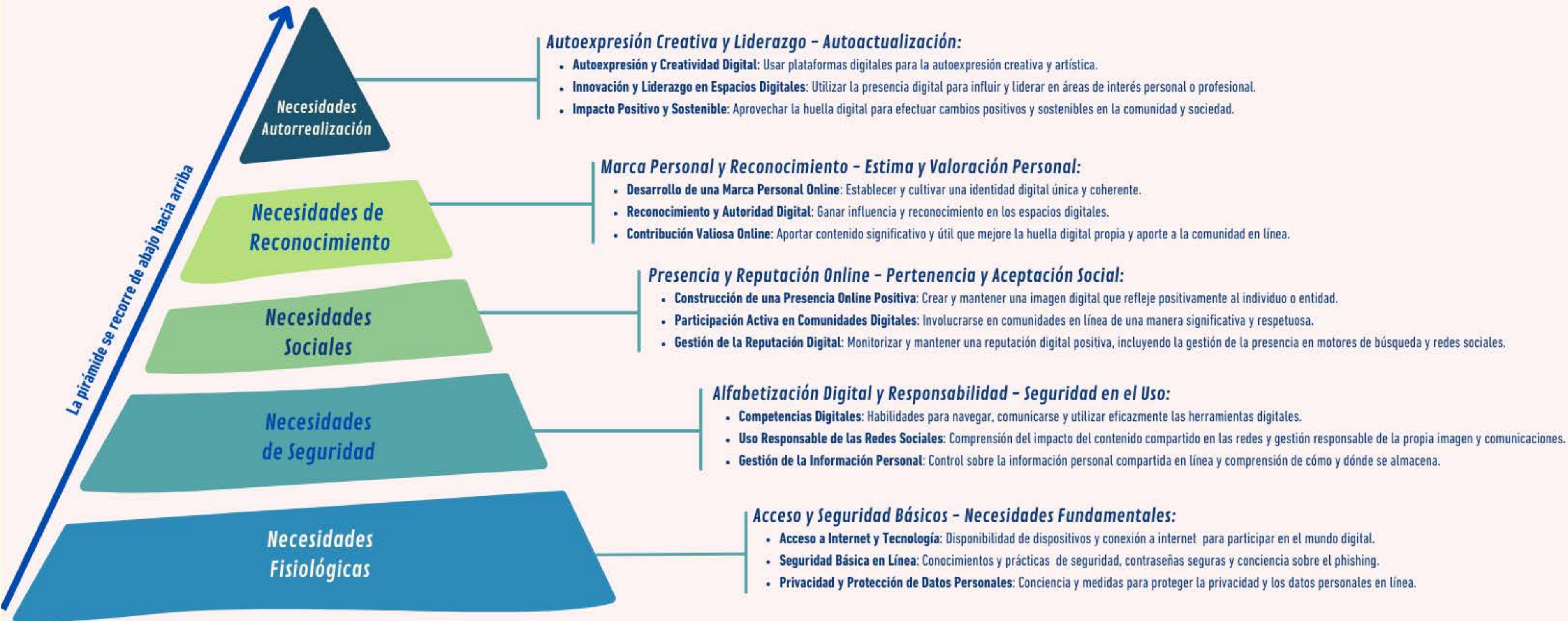
Esta huella puede revelar detalles personales y preferencias, y es importante para la privacidad y la reputación en línea.



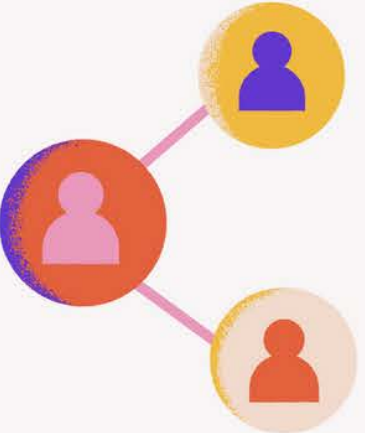
La gestión consciente de la huella digital es crucial para proteger la seguridad personal y mantener una imagen digital positiva.

Pirámide de Maslow de la huella digital


Esta estructura proporciona un marco para entender cómo las personas pueden desarrollar y manejar su huella digital, desde la seguridad y privacidad básicas hasta la autoexpresión y el liderazgo en el espacio digital.




Definición de Employee Advocacy



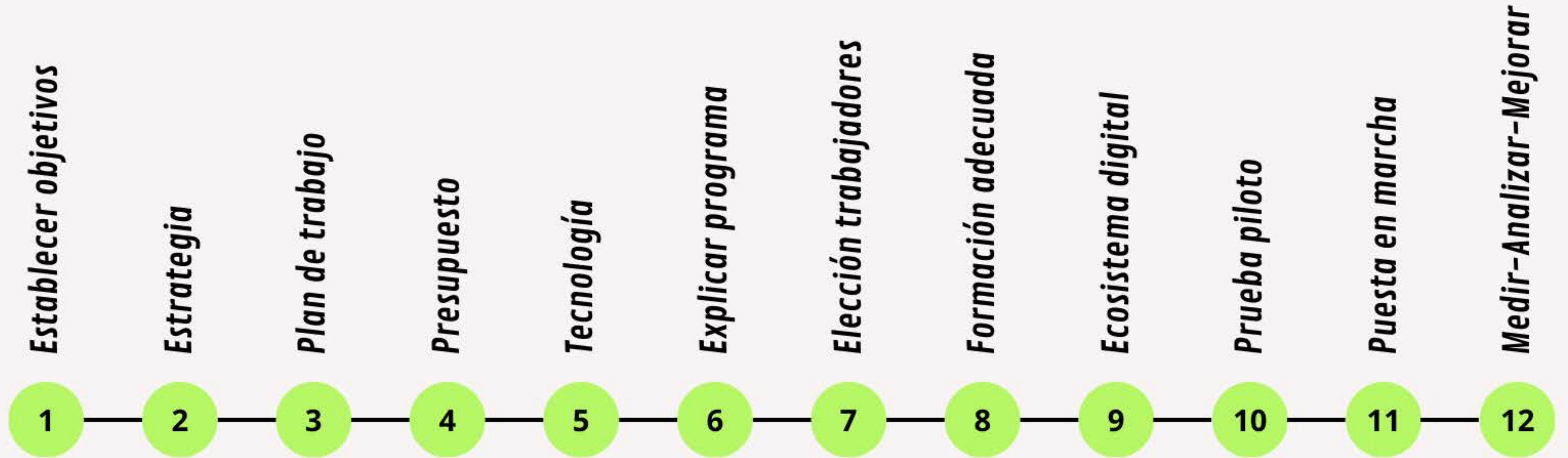
El employee advocacy se refiere a la **promoción y defensa de una empresa o marca por parte de sus propios empleados**. Se trata de un enfoque de marketing en el que las empresas utilizan a sus empleados como embajadores para difundir información sobre la marca, productos o servicios, ya sea en las redes sociales, en eventos o en otros medios.



El employee advocacy es una estrategia efectiva de marketing porque **los empleados tienen una conexión personal y auténtica con la empresa y pueden transmitir un mensaje más convincente a sus propias redes y comunidades**. Además, puede fomentar la lealtad de los empleados y mejorar su implicación en la empresa al hacerlos sentir más comprometidos con su trabajo y su papel dentro de la organización.



Etapas de un proyecto de embajadores de marca internos



12 ETAPAS DE UN PROYECTO DE EMBAJADORES DE MARCA INTERNOS

Establecer objetivos



Hemos de establecer los objetivos que deseamos conseguir con nuestro programa de embajadores internos de marca.

Estrategia



Hemos de diseñar una estrategia de cómo lograr los objetivos que nos hemos propuesto con el programa de embajadores internos.

Plan de trabajo



Una vez diseñada la estrategia, tenemos que descender a detallar que acciones concretas vamos a desarrollar.

Presupuesto



Cómo todo proyecto, requiere de una dotación presupuestaria, una parte destinada a inversiones, otra a tiempo de trabajo y otra a los trabajadores.

Tecnología



Hemos de elegir con cuidado las tecnologías que vamos a utilizar para el proyecto, ya que una buena elección ayudará a lograr el éxito.

Explicar programa



Hemos de ser transparentes, hay que explicar a todos los implicados cuales van a ser los beneficios que se pretenden conseguir con el programa.

Elección trabajadores



Sobre todo en las primeras etapas, hemos de elegir a los trabajadores que van a participar, por implicación, por marca personal y por habilidades

Formación adecuada



Estos programas necesitan conocimientos de comunicación, marketing y herramientas tecnológicas. Hay que ofrecer formación adecuada.

Ecosistema digital



Hemos de crear el ecosistema digital adecuado para el desarrollo del programa, un ecosistema eficaz y eficiente ayudará al éxito.

Prueba piloto



Antes de poner el proyecto en marcha, realizaremos una prueba piloto, evaluaremos los resultados y haremos las correcciones oportunas.

Puesta en marcha



Será el día a día del programa, es evidentemente la parte más larga del proyecto. Requiere de constancia por los actores implicados.

Medir, analizar, mejorar



Mediremos y comprobaremos si vamos consiguiendo los objetivos, y haremos los cambios adecuados en la estrategia y el plan de trabajo.

12 BENEFICIOS DE UN BUEN PROGRAMA DE EMBAJADORES DE MARCA INTERNOS

Mejora la humanización y el conocimiento de la marca



Aumento del engagement con los stakeholders



Aumento de la difusión de los mensajes en los medios sociales



Mejora de la credibilidad de la marca



Aumento del tráfico a la web de la empresa



Mejora de la transparencia de la organización



Aumento del compromiso de los trabajadores



Mejoras de las posibilidades de atraer talento



Aumentan las posibilidades de conseguir leads



Mejora de la marca personal de los trabajadores



Aumento del feedback de los clientes



Posibilidad de aumento de las ventas



12 CARACTERÍSTICAS QUE HA DE TENER UN BUEN EMBAJADOR DE MARCA INTERNO

Conocer bien la empresa, marca, ...



Implicación y motivación



Valores alineados con la cultura de la empresa



Responsabilidad social personal (RSP)



Habilidades de comunicación



Formación adecuada



Credibilidad



Engagement



Influencia y liderazgo social



Red de contactos



Adaptación al cambio



Buena marca personal



12 ERRORES QUE SE COMETEN EN LOS PROGRAMAS DE EMBAJADORES INTERNOS

No tener programa de embajadores internos



Ausencia de estrategia



Mala elección de los embajadores



Soporte inadecuado a los embajadores



Mala comunicación



Mal clima laboral



Falta de recompensa o reconocimiento



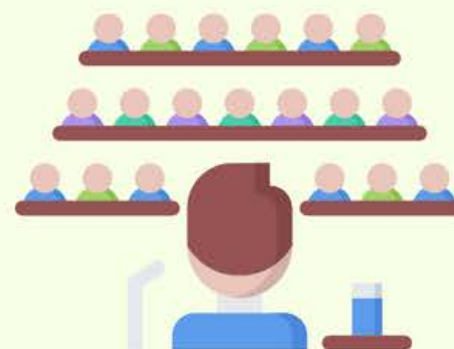
Formación inadecuada



Inadecuadas herramientas



Olvidarse del off line



No medir los resultados obtenidos



No evolucionar el programa



Pirámide de Maslow de un programa de embajadores de marca internos

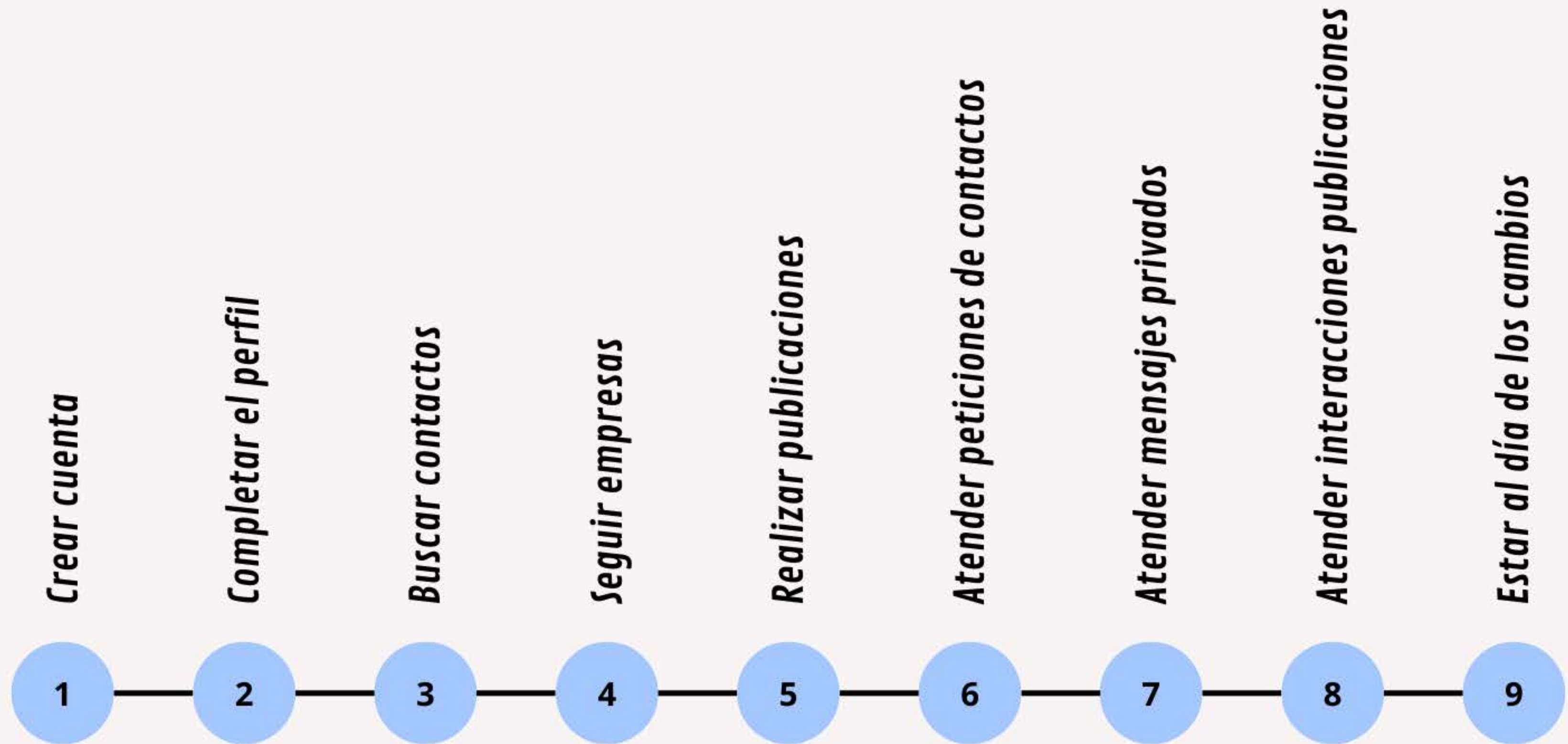
Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar un programa de embajadores de marca internos, desde la comprensión básica y la alineación con la marca hasta la innovación, el impacto en la estrategia de marca y la creación de un legado duradero.





**LINKEDIN, UNA PIEZA FUNDAMENTAL
EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO**

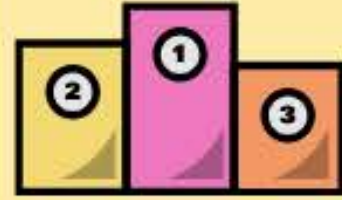
Etapas para la presencia en LinkedIn



LinkedIn Elementos básicos de un Perfil de LinkedIn



Nombre y apellidos
Fotografía de perfil e
imagen de portada
Verificación



Destacado



Acerca de



Experiencia



Educación



Conocimientos/aptitudes
Idiomas



Cursos
Licencias
Certificaciones



Publicaciones



Proyectos
Organizaciones
Recomendaciones
Reconocimiento/premios



Actividad
Intereses

Se rellenan automáticamente en función de tu actividad en la red

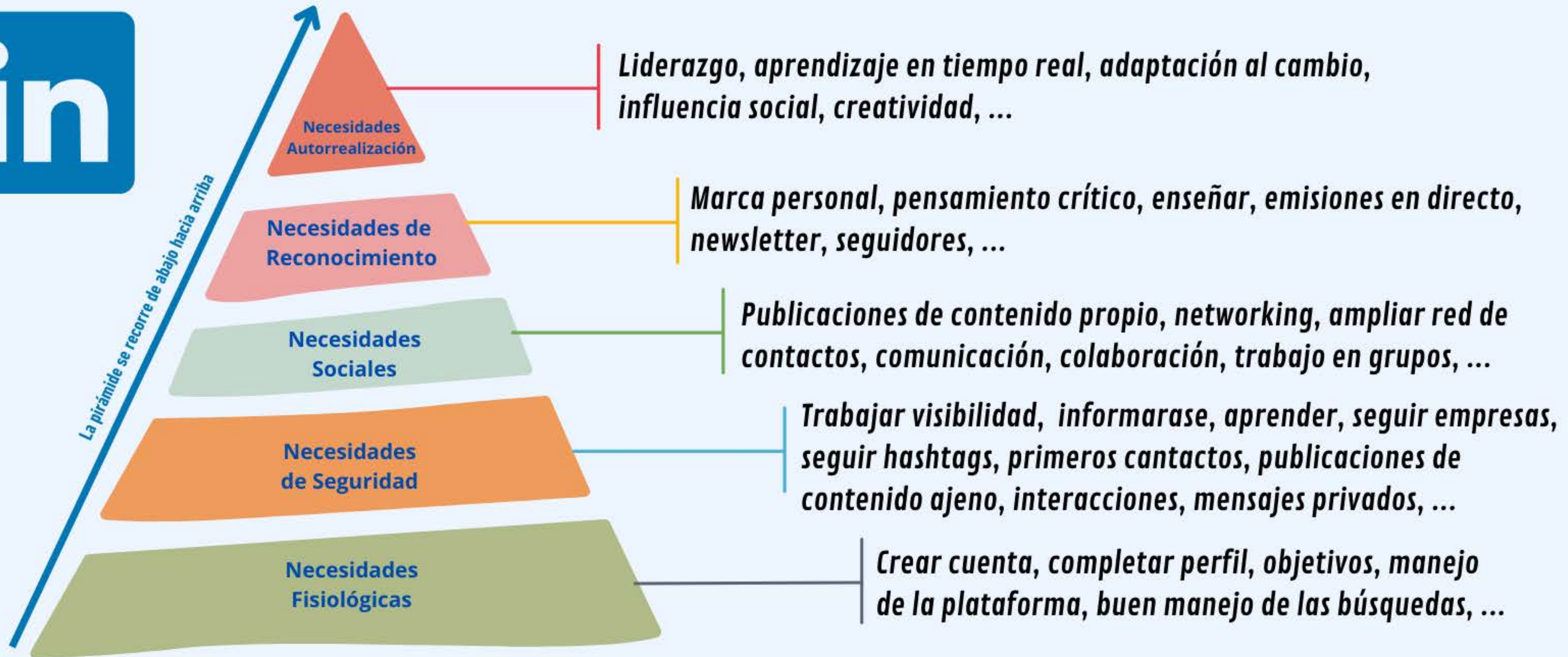


Voluntariado
Causas benéficas



Información de contacto

Pirámide de Maslow de LinkedIn



Pirámide de Maslow para el uso profesional de un perfil de LinkedIn

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar el uso profesional de un perfil de LinkedIn, desde la creación de una presencia básica y accesible hasta el desarrollo de liderazgo e influencia en tu sector.



MOTIVOS POR LOS QUE HACER UN BUEN TRABAJO EN LINKEDIN PUEDE SER INTERESANTE PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



LinkedIn se ha consolidado como la principal red social profesional, ofreciendo múltiples ventajas para aquellos en proceso de búsqueda de empleo. Su correcto uso puede abrir puertas a oportunidades laborales, ampliar tu red de contactos profesionales y mejorar tu visibilidad ante posibles empleadores. Aquí tenemos algunas de las razones por las que hacer un buen uso de LinkedIn es crucial en la búsqueda de empleo:

1. Visibilidad ante reclutadores:

- Presencia en la mayor red profesional: estar activo en LinkedIn aumenta tus posibilidades de ser descubierto por reclutadores que buscan activamente candidatos.
- Optimización del perfil para búsquedas: un perfil bien optimizado, con palabras clave relevantes, mejora tu ranking en las búsquedas internas realizadas por reclutadores.



2. Acceso a oportunidades de empleo:

- Ofertas de trabajo exclusivas: LinkedIn permite a los usuarios acceder a una amplia cantidad de ofertas de empleo, muchas de las cuales se publican exclusivamente en esta plataforma.
- Postulación fácil: la plataforma ofrece opciones para postularse directamente a empleos con tu perfil de LinkedIn, simplificando el proceso de aplicación.

3. Construcción y mantenimiento de la red de contactos:

- Conexiones profesionales: LinkedIn facilita la construcción de una red de contactos profesionales relevantes para tu campo, incluidos colegas, reclutadores y líderes de la industria.
- Interacción con tu red: comentar, compartir y publicar contenido relevante mantiene tu perfil activo y visible para tu red.

4. Desarrollo de marca personal:

- Reflejo de tu identidad profesional: un perfil de LinkedIn bien elaborado sirve como una poderosa herramienta de branding personal, destacando tus habilidades, experiencias y logros.
- Publicación de contenido: publicar artículos o compartir insights de la industria establece tu autoridad en tu campo, reflejando tu conocimiento y pasión.



5. Información y conocimiento del sector:

- Tendencias del sector: LinkedIn es una fuente valiosa de información sobre tendencias actuales, noticias de la industria y desarrollos clave, lo que te permite mantenerte actualizado.
- Aprendizaje continuo: la plataforma ofrece cursos y materiales educativos para mejorar tus habilidades y conocimientos a través de LinkedIn Learning.

6. Recomendaciones y validaciones:

- Validación de habilidades: las recomendaciones de colegas y superiores anteriores, así como las validaciones de habilidades, agregan credibilidad a tu perfil y refuerzan tu reputación profesional.
- Testimonios de tu trabajo: los comentarios positivos sobre tu desempeño y tu ética de trabajo pueden ser un factor decisivo para los empleadores.

7. Networking estratégico:

- Conexión con líderes del sector: LinkedIn te permite seguir y conectar con líderes de pensamiento y profesionales influyentes en tu sector.
- Participación en grupos: unirse a grupos relevantes de tu industria en LinkedIn puede ampliar tu red y ofrecerte oportunidades de networking adicionales.



8. Preparación para entrevistas:

- Investigación de empresas: la plataforma ofrece información detallada sobre empresas, incluida su cultura, valores y empleados, lo que puede ser tremendamente importante para la preparación de entrevistas.
- Conocimiento sobre los entrevistadores: ver el perfil de LinkedIn de tus futuros posibles entrevistadores puede proporcionarte información útil que te ayude a conectar mejor durante la entrevista.

9. Presencia digital profesional:

- Reputación en línea: un perfil de LinkedIn profesional y activo contribuye positivamente a tu presencia en línea y a la percepción general de tu marca personal en el entorno digital.
- Coherencia en la marca personal: asegura que tu presencia en línea sea coherente a través de diferentes plataformas, reflejando una imagen profesional coherente y consistente.



10. Alcance global:

- Oportunidades internacionales: LinkedIn te brinda la posibilidad de conectar con empresas y profesionales de todo el mundo, abriendo puertas a oportunidades laborales internacionales.



ICEBERG DE UN PERFIL DE LINKEDIN

¿Cómo percibimos el éxito de los demás en su perfil de LinkedIn?



**LO QUE LA
GENTE VE**

Tu perfil de LinkedIn tiene éxito

**LO QUE LA
GENTE NO VE
(O NO QUIERE VER)**

Trabajo realizado en definir tus objetivos
Creación y mantenimiento de la estrategia
Tiempo dedicado a completar y mantener el perfil
Tiempo dedicado a manejar la plataforma y sus cambios
Tiempo dedicado a crear contenido y publicar
Tiempo dedicado a ampliar la red de contactos
Tiempo dedicado a interactuar con los demás
Tiempo dedicado a los mensajes privados
Formación permanente / competencias / actitud
Esfuerzo / constancia / compromiso
Sacrificios personales / haters

LinkedIn Ideas para difundir tu cuenta de LinkedIn



Incluye el perfil en tus tarjetas de visita



Incluirla en el pie de firma de los correos electrónicos



Publica e interactúa dentro de LinkedIn de forma habitual



Difunde tu perfil de LinkedIn en el resto de las redes



Incluirla en imágenes y vídeos que realices



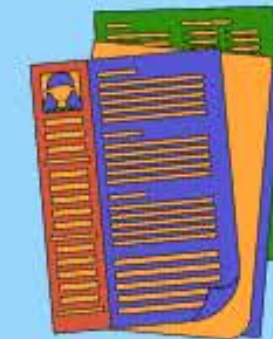
Inclúyela en tu web y/o blog



Consigue posicionar bien el perfil en Google



Inclúyela en documentación y presentaciones



Incluye tu perfil en tu currículum



Difúndela en tus actividades de networking



Publica e interactúa en los grupos de LinkedIn de interés



Si es necesario, puedes realizar publicidad



Colegas de profesión



Recursos humanos
Reclutadores
Headhunters



Clientes actuales y
potenciales



Proveedores actuales y
potenciales



Compañeros trabajo
Compañeros estudios
Compañeros hobbies



Trabajadores de
empresas de tu interés



Orientadores
laborales, expertos en
marca personal, ...



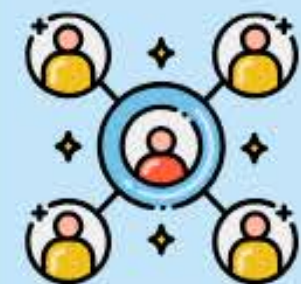
Expertos en
comunicación y
marketing



Top voices



Creadores de
contenido de interés



Referentes



Expertos en LinkedIn

LinkedIn Elementos que podemos buscar en LinkedIn



Personas



Empresas



Instituciones
educativas



Productos
Servicios



Publicaciones



Empleos



Grupos



Eventos



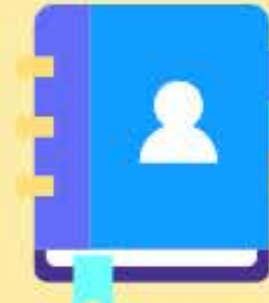
Cursos



Hashtags



Mensajes



Contactos

LinkedIn Algunos consejos para tu Perfil de LinkedIn



Define tus objetivos, podrás tener un objetivo principal y otros secundarios



Rellena adecuadamente todas las secciones del perfil necesarias para tus objetivos



Utiliza fotografía profesional para el perfil. Utiliza siempre buenas imágenes en tus publicaciones.



Es muy importante que personalices la URL del tu perfil



Cuida con esmero las secciones Acerca de y Destacado



Realiza publicaciones con regularidad relacionadas con tus objetivos



No pongas como excusa "picos de trabajo" para no publicar, recuerda que se pueden programar



Estate muy atento a las invitaciones a conectar, notificaciones y mensajes



Debes interactuar con otros usuarios y con sus publicaciones



Utiliza palabras clave relevantes en tu perfil y en tus publicaciones



Debes de poner la información de contacto necesaria. Si quieres que te contacten ponlo fácil



El perfil debe de estar actualizado siempre y si cambian tus objetivos debes adecuarlo

LinkedIn Síntomas de que estás usando mal el perfil de LinkedIn

	No tienes personalizada la URL de tu perfil, o porque no sabes de su importancia o por pereza		Hace meses que no has actualizado el perfil. Si no tienes nada nuevo que poner es mal síntoma ...		Nadie se pone en contacto contigo para nada. O no eres interesante o no eres visible, o ambas cosas
	Entras a LinkedIn de forma errática y sin un objetivo claro		No has adquirido ningún conocimiento nuevo en esta red en los últimos días		Tienes gran cantidad de notificaciones sin leer
	Tienes gran cantidad de invitaciones a conectar que no has revisado		Tienes mensajes sin leer y por lo tanto sin contestar (aquellos que lo requieran)		No te has enterado de los últimos cambios que ha realizado LinkedIn en su app o web
	Tu red de contactos no crece de forma sostenida a lo largo del tiempo		No has publicado nada en la últimas semanas o no has interactuado nada con la publicaciones de otros		No has mejorado tu Social Selling Index en los últimos tiempos (o no sabes lo que es)

LinkedIn Algunas webs de LinkedIn que debes conocer



[linkedin.com](https://www.linkedin.com)




[linkedin.com/help](https://www.linkedin.com/help)



[linkedin.com/learning](https://www.linkedin.com/learning)




[linkedin.com/services](https://www.linkedin.com/services)



business.linkedin.com




business.linkedin.com/sales-solutions



business.linkedin.com/marketing-solutions



business.linkedin.com/grow



training.marketing.linkedin.com



about.linkedin.com



careers.linkedin.com



linkedin.com/blog

LinkedIn Algunos errores que cometes con tu perfil de LinkedIn (1)



Que un profesional no disponga de un perfil en LinkedIn, es un gran error



No disponer de objetivo para el perfil y/o no disponer de una estrategia adecuada



No mantener el perfil actualizado de acuerdo a tus objetivos y estrategia



No utilizar las palabras clave adecuadas tanto en el perfil como en las publicaciones



No publicar con regularidad o publicar contenido no relevante para tus objetivos y estrategia



No contestar en tiempo y forma a los mensajes privados que recibes



No crecer de forma constante la red de contactos de tu perfil



No trabajar correctamente la visibilidad de tu perfil, tu público objetivo lo debe de conocer



No aprender en LinkedIn a diario sobre materias relacionadas con tus intereses



No interactuar en las publicaciones de terceros, la interacción es muy valorada en LinkedIn



No seguir a empresas e instituciones educativas de tu interés



No estar atento a los cambios que LinkedIn realiza en su plataforma

LinkedIn Algunos errores que cometes con tu perfil de LinkedIn (2)

	Fotografías de mala calidad para perfil y portada, o para las publicaciones		No estar en los Grupos de LinkedIn de interés para tus objetivos		No utilizar el Marcapáginas para almacenar publicaciones, trabajos o cursos para ver más tarde
	No saber utilizar en profundidad la herramienta de búsqueda de LinkedIn		No publicar alguna encuesta relacionada con tus objetivos. LinkedIn les da mucho valor		No publicar documentos relacionados con tus objetivos. LinkedIn les da mucho valor
	Hacer spam con los mensajes privados, es una de las prácticas peor vistas		No ayudar, colaborar o compartir, esto es una red social, está mal visto el egoísmo digital		No manejar con soltura la plataforma web de LinkedIn, perderás tiempo y posibilidades
	No manejar con soltura la app para móviles de LinkedIn, perderás tiempo y posibilidades		No usar la ayuda de LinkedIn cuando la necesitas, en bastante buena		Utilizar LinkedIn sólo para buscar trabajo, todavía es mucho mejor cuando estás trabajando

LinkedIn Algunos errores que cometes con tu perfil de LinkedIn (3)

	La falta de constancia en el uso de LinkedIn es un gran error, LinkedIn premia la constancia		También es un error no hacer el mix adecuado en el resto de medios sociales		Otro error habitual es no personalizar la URL del perfil, pierdes visibilidad
	No tener adecuadamente rellena la sección de conocimientos y aptitudes, perderás visibilidad		No hacer una buena difusión de tu perfil de LinkedIn. Cuanta más gente lo conozca, más oportunidades		No hacer una buena gestión de las notificaciones, perderás oportunidades
	No conocer los mejores días y horas para las publicaciones		No conocer y en su caso utilizar las herramientas de pago que tiene LinkedIn		No remar en la misma dirección que la empresa en la que prestas servicios
	No disponer del perfil en varios idiomas cuando tu público objetivo los usa		No personalizar los mensajes de conexión (en los casos en los que sea adecuado)		No cuidar la ortografía y gramática en el perfil, en las publicaciones y en los comentarios

LinkedIn Algunos errores que cometes con tu perfil de LinkedIn (4)



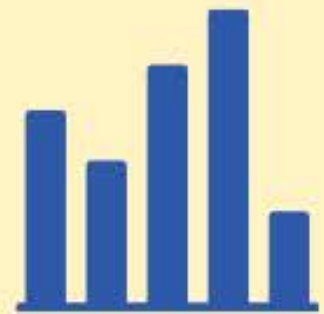
No crear y mantener una newsletter cuando tiene interés para tu perfil de LinkedIn



No hacer emisiones en directo cuando puede ser bueno para tu perfil de LinkedIn



Evidentemente mentir en el perfil de LinkedIn, es un claro error



No ver y analizar las estadísticas de tus publicaciones para mejorarlas



No debes ser aburrido, monótono, monocorde, ... es un error



No empezar a trabajar tu perfil de LinkedIn cuando eres estudiante, es un error



Sólo utilizar el perfil de LinkedIn cuando estás en búsqueda activa de empleo, es un craso error



No utilizar herramientas externas que puedan mejorar la gestión de tu perfil de LinkedIn



No conseguir que tu perfil sea lo más visual posible (siempre dentro de los objetivos y estrategia)



La falta de respeto en el uso del perfil de LinkedIn es uno de los mas graves errores que puedes cometer



No integrar LinkedIn dentro de tu estrategia de marca personal



No ser innovador y disruptivo es uno de errores en los que puedes incurrir



Aumentan las posibilidades de realizar networking en esta red



Permiten descubrir profesionales y empresas que de otra forma sería más complicado



Son un buen lugar para estar al tanto de las tendencias y novedades de tu sector



Permiten aprender contenidos nuevos de interés para el profesional



Aumentan la visibilidad del perfil, de la marca personal y de la huella digital de los profesionales



Aumentan las posibilidades de difundir nuestros contenidos



Puedes encontrar clientes, proveedores, socios para un emprendimiento, ...



Pueden ser relevantes para estudios de mercado, análisis de la competencia, ...



En los grupos puedes encontrar la ayuda que necesites (y ayudar a los demás)



LinkedIn prima el buen uso de los grupos



Puedes interactuar con profesionales a los que de otra forma no llegarías



Además de ser usuario de los grupos de los demás, puede ser buena opción crear grupos propios



ESTUDIO

Cómo hacer un buen trabajo en LinkedIn, según los usuarios de LinkedIn

Resultados muy interesantes

por Alfredo Vela



Sobre reclutadores y redes sociales

- Tener una presencia adecuada en los medios sociales es importante.
- La visibilidad es una de las consecuencias más importantes.
- Sin ser visible, casi nadie te va a conocer, y por tanto, las posibilidades de que alguien se ponga en contacto contigo para un trabajo o proyecto son casi nulas.

Encuesta 1



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 mes · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Las redes sociales ya llevan mucho tiempo entre nosotros y cada vez se integran más en las empresas. La pregunta es si es importante revisar las redes de los candidatos en los procesos de selección. Espero tus comentarios.

[#encuesta](#) [#reclutamiento](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#selecciónpersonal](#)
[#socialmedia](#)

¿Es importante analizar las redes sociales de los candidatos en los procesos de selección de personal?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

58%

No

42%

[207 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

Tres instrumentos para tu carrera profesional

- La marca personal es importante para el desarrollo de tu carrera profesional.
- De hecho, es el elemento más importante para ello.
- Y es que tanto el currículum, como el perfil de LinkedIn forman parte de la marca.

Encuesta 2



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Desde hace tiempo llevo diciendo que los tres elementos más importantes para la carrera profesional son: el currículum, el perfil de LinkedIn y la marca personal, pero, ¿cuál es el más importante si tuvieras que elegir uno? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#marcapersonal](#) [#orientaciónlaboral](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#empleo](#) [#trabajo](#) [#carreraprofesional](#)

A la hora de tener una buena carrera profesional ¿Qué instrumento considera que es más importante?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



277 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Principal aplicación de LinkedIn

- La mayoría de las personas piensa que la principal utilidad de LinkedIn es mantener una red de contactos.
- Aunque también tiene otras aplicaciones importantes.

Encuesta 3



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Entre la gran cantidad de aplicaciones que tiene [#LinkedIn](#) para los profesionales si te tuvieras que quedar con una ¿cuál elegirías? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#orientacionlaboral](#)

Son muchas las aplicaciones de LinkedIn para un profesional, si sólo tuvieras que elegir una ¿con cuál te quedarías?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



[114 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Para hacer un buen trabajo en LinkedIn

- Publicar con regularidad es lo más importante a la hora de hacer un buen trabajo en LinkedIn.
- Siempre es importante que nuestro perfil esté completo y actualizado.

Encuesta 4



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Son muchos los aspectos que hay que trabajar para tener una buena presencia en [#LinkedIn](#), si sólo puede elegir uno ¿por cuál te decantas? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#orientacionlaboral](#)

Si tuvieras que elegir una sola opción ¿qué crees que es más importante a la hora de hacer un buen trabajo en LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Tener completo el perfil	42%
Disponer de una cuenta premium	3%
Publicar con regularidad ✓	47%
Hacer buen trabajo en grupos	9%

189 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Cuánto hay que publicar en LinkedIn?

- Como hemos visto, para hacer un buen trabajo en LinkedIn es necesario publicar con regularidad.
- 3 publicaciones por semana o una publicación diaria son una frecuencia adecuada.

Encuesta 5



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Ya sabemos que publicar con regularidad en [#LinkedIn](#) es una de las actividades más importantes para tener éxito en esta red, ¿pero cuánto hay que publicar? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#orientacionlaboral](#)

¿Cón qué frecuencia hay que publicar en LinkedIn para tener éxito en esta red?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

+1 publicación diaria	19%
1 publicación diaria ✓	20%
3 publicaciones a la semana	40%
1 publicación a la semana	22%

143 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Publicar el fin de semana?

- Puede ser buena idea publicar los fines de semana.
- Hay personas que sólo se conectan en fines de semana y algunos dedican más tiempo en este periodo.

Encuesta 6



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Publicar con regularidad en [#LinkedIn](#) es importante, ¿crees interesante publicar el fin de semana? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#orientacionlaboral](#)

¿Resulta útil publicar en LinkedIn el fin de semana?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

54%

No

46%

152 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿LinkedIn para buscar trabajo o para trabajar?

- En contra de lo que muchas personas piensan, LinkedIn no es una herramienta para buscar trabajo (aunque lo permite).
- Es mucho más útil para trabajar.

Encuesta 7



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Todavía hay mucha gente que piensa que **#LinkedIn** es una herramienta para buscar trabajo, pero la realidad es que es una excelente herramienta de trabajo. ¿Para qué crees que es más importante? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#orientacionlaboral](#)

Si sólo puedes elegir una opción ¿LinkedIn es más importante para ...?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Para buscar trabajo

48%

Para trabajar ✓

52%

111 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Has conseguido trabajo con ayuda de LinkedIn?

- Una de las mejores utilidades de LinkedIn es la de “atraer” trabajo.
- Aproximadamente la mitad de las personas han conseguido un trabajo o proyecto a través de LinkedIn.

Encuesta 8



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana • 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Cada vez más personas consiguen trabajo o proyectos con la ayuda de [#LinkedIn](#). ¿Ha sido ese tu caso? Espero vuestro comentario.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#)

¿Has conseguido algún trabajo o proyecto a través de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

49%

No

51%

304 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Haces un buen trabajo en tu perfil de LinkedIn?

- Sabemos que LinkedIn es una gran herramienta para el desarrollo profesional.
- Pero todavía no hacemos el trabajo necesario en esta red para lograr nuestros objetivos.

Encuesta 9



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana ·

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Parece claro que [#LinkedIn](#) es un gran instrumento para trabajar y para buscar trabajo, ¿pero hacemos un buen trabajo en nuestro perfil de LinkedIn? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#orientacionlaboral](#) [#trabajo](#) [#empleo](#) [#redessociales](#)
[#socialmedia](#) [#recursoshumanos](#)

¿Haces un muy buen trabajo en LinkedIn para tu objetivo profesional?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

38%

No

62%

[77 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Qué tipo de publicación funciona mejor?

- Hemos de averiguar el tipo de contenido que mejor le funciona a nuestro perfil
- Las imágenes/infografías parecen una buena opción en general.

Encuesta 10



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •

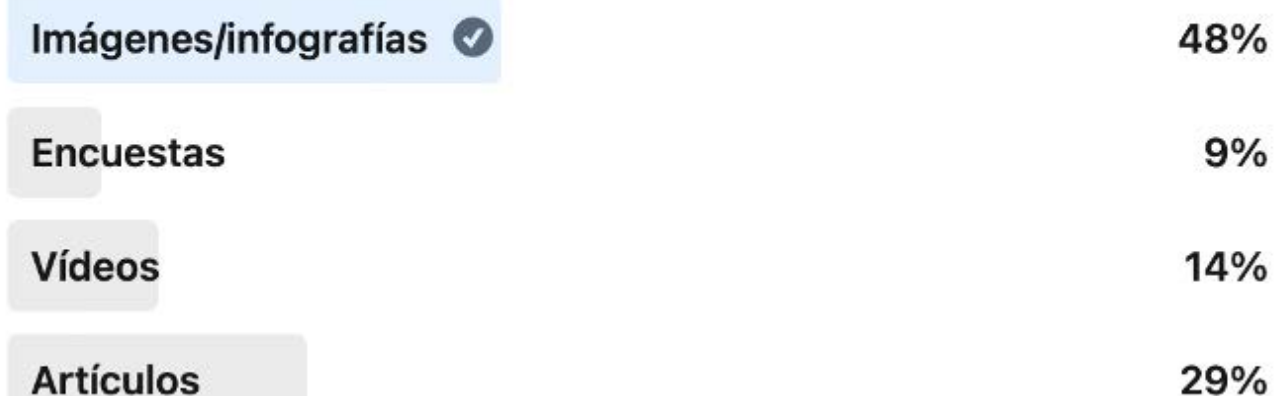
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Parece claro que publicar en [#LinkedIn](#) es fundamental para conseguir éxito en esta red, ¿qué tipo de publicaciones te funcionan mejor? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#redessociales](#) [#socialmedia](#) [#empleo](#) [#trabajo](#)
[#orientacionlaboral](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#)

¿Qué tipo de contenido te funciona mejor en tus publicaciones de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



86 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Cómo ha evolucionado LinkedIn?

- La gran mayoría de los usuarios considera buena o muy buena la evolución de LinkedIn en los últimos años.

Encuesta 11



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

4 días • 🌐

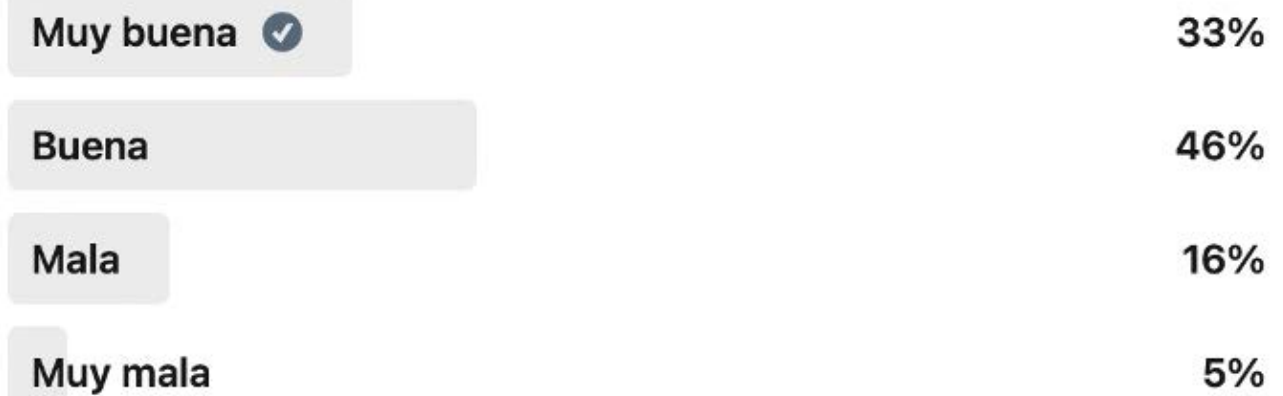
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Como todas las herramientas, [#LinkedIn](#) ha evolucionado con el paso del tiempo, ¿cómo has visto esta evolución? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#)

¿Cómo te ha parecido la evolución de LinkedIn en los últimos años?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



181 votos • Faltan 3 días • [Deshacer](#)

¿Cón qué frecuencia accedes a LinkedIn?

- La gran mayoría de los usuarios considera buena o muy buena la evolución de LinkedIn en los últimos años.

Encuesta 12



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana · 🌐



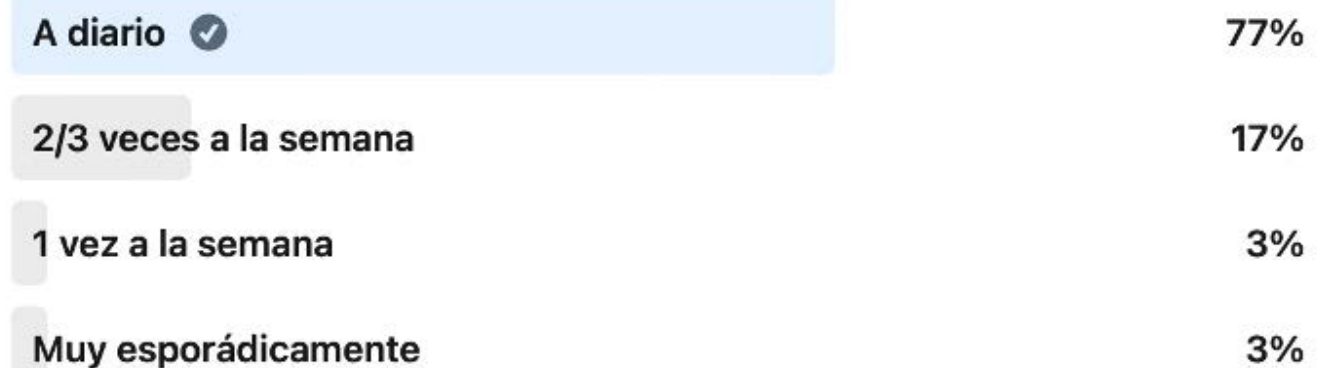
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Tener presencia en las redes sociales es importante para los profesionales, la pregunta de hoy va sobre la frecuencia con la que accedes a [#LinkedIn](#). Espero tus comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#)

¿Cón qué frecuencia accedes a LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



[278 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Nº de hashtags en una publicación de LinkedIn?

- La mayoría de los perfiles utilizan hashtags en sus publicaciones, siendo la opción mayoritaria entre 3 y 4.
- Sorprende el porcentaje que no utiliza hashtags lo que limita el alcance de sus publicaciones.

Encuesta 13



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Ya tenemos claro que publicar en [#LinkedIn](#) es quizás la acción más importante para que nuestro perfil consiga sus objetivos. ¿En las publicaciones cuántos hashtags usas? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#contenido](#)

¿Cuántos hashtags utilizas habitualmente en tus publicaciones de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



149 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Qué tal es la APP de LinkedIn?

- La opinión mayoritaria sobre la app para dispositivos móviles es buena o muy buena.
- Es importante conocerla en profundidad y estar atento a los cambios.

Encuesta 14



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy versa sobre la aplicación de [#LinkedIn](#) para dispositivos móviles. Espero vuestros comentarios. [...ver más](#)

¿Qué opinión tienes sobre la app de LinkedIn para dispositivos móviles?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



151 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Usas las videoconferencias de LinkedIn?

- En LinkedIn podemos usar videoconferencias directamente.
- Todavía es una opción poco utilizada.

Encuesta 15



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Desde los mensajes privados de [#LinkedIn](#) podemos convocar videoconferencias con nuestros contactos. He utilizado este recurso en un par de ocasiones. Y tú, ¿lo has utilizado? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#)

¿Has utilizado algunas vez la función de realizar una videoconferencia desde los Mensajes de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

6%

No

72%

No sabía que existía la opción

22%

[126 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Cuánto tiempo diario dedicas a LinkedIn?

- La mayoría de los usuarios de LinkedIn dedica más de 20 minutos diarios a la plataforma.

Encuesta 16



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana ·

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy trata sobre cuánto tiempo dedicas a diario en [#LinkedIn](#). Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#)

¿Cuánto tiempo dedicas a diario a LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Hasta 5 minutos	19%
De 6 a 10 minutos	21%
De 11 a 20 minutos	23%
Más de 20 minutos	36%

[242 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Spam en LinkedIn?

- A la gran mayoría de los usuarios de LinkedIn no les gusta recibir mensajes no solicitados ofreciendo servicios o productos.

Encuesta 17



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Con cierta frecuencia recibimos un mensaje directo en [#LinkedIn](#) ofreciéndonos los servicios de una empresa o profesional. La pregunta de hoy trata sobre ello. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

¿Qué os parecen los mensajes directos que recibes en LinkedIn ofreciéndote servicios de una empresa o profesional que no has solicitado?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Están bien	15%
Son spam puro y duro	45%
Tendrían que prohibirse	3%
Son una muy mala estrategia	36%

201 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Cuántos hashtags sigues en LinkedIn?

- La mayoría de los usuarios utilizan hashtags en sus publicaciones.
- Sorprende que un 36% no sigan hashtags con la importancia que tienen.

Encuesta 18



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana ·

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Uno de los elementos que alimenta nuestro feed de noticias de [#LinkedIn](#) son los hashtags, la pregunta de hoy va sobre ellos. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

En LinkedIn se pueden seguir hashtags, ¿cuántos hashtags sigues en tu perfil de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



87 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Cuánto tardas en responder los mensajes privados?

- La mayoría de los usuarios de LinkedIn responden los mensajes privados el mismo día que los reciben.
- La rapidez de respuesta es importante.

Encuesta 19



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

5 días · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy trata sobre el tiempo medio de respuesta a los mensajes privados (que no sean spam) en [#LinkedIn](#). Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

¿Cuánto tardas en responder los mensajes privados (los que no sean spam)?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



189 votos · Falta 1 día · [Deshacer](#)

¿Cuál es tu horario preferido para acceder a LinkedIn?

- El 56% de los usuarios se conecta preferentemente por la mañana a LinkedIn.
- La segunda opción más utilizada son las noches.

Encuesta 20



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digi...

1 semana · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy sobre [#LinkedIn](#) pretende conocer el horario que más utilizas para acceder a esta red. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)

[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

¿Cuál es tu horario preferido para acceder a LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



[224 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Un orientador laboral debe tener cuenta en LinkedIn?

- Los orientadores laborales, profesores de de FOL, ... deben de tener una cuenta activa en LinkedIn (92%).
- La cuenta de LinkedIn debe formar parte de la orientación laboral.

Encuesta 21



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

2 semanas · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy sobre [#LinkedIn](#) pretende conocer si determinados colectivos relacionados con la orientación laboral, recursos humanos, profesores de FOL, ... deben de disponer de una cuenta activa de [#LinkedIn](#). Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

Los orientadores laborales, profesores de FOL, profesionales de recursos humanos, ... ¿deben de disponer de una cuenta activa de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

92%

No

8%

[141 votos](#) · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Estás suscrito a Grupos en LinkedIn?

- Casi el 80% de los usuarios están suscritos a algún grupo de LinkedIn.
- La mayoría se suscriben entre 1 y 10 grupos.

Encuesta 22



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana ·

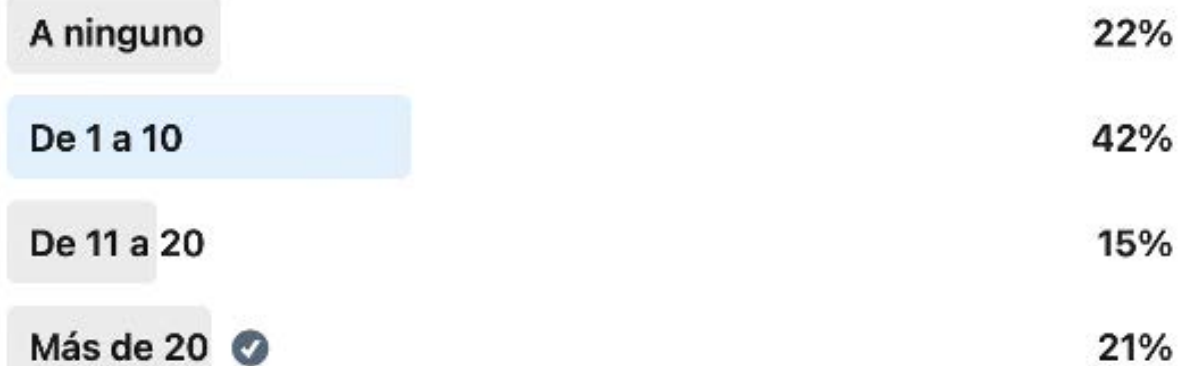
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Los grupos de [#LinkedIn](#) son un recurso de esta red que ha perdido "peso" con el tiempo a pesar de ser una herramienta tremendamente importante, la pregunta de hoy trata sobre ellos. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

¿A cuántos grupos de LinkedIn estás suscrito?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



142 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

Cursos en LinkedIn

- Un porcentaje notable de usuarios de LinkedIn han realizado algún curso en la red.

Encuesta 23



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...
1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

[#LinkedIn](#) ofrece gran cantidad de formación a través de LinkedIn Learning, la pregunta de hoy trata sobre ello. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#orientacionlaboral](#) [#marketing](#)

¿Has realizado algún curso en LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

39%

No

61%

220 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Cientes o proveedores

- Un porcentaje notable de usuarios de LinkedIn has conseguido clientes (o proveedores) para ellos o para sus empresas.

Encuesta 24



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana • Editado •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

En una pregunta anterior ya hemos visto que se puede conseguir trabajo en [#LinkedIn](#), ¿y clientes o proveedores? De eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)
[#recursoshumanos](#) [#empresa](#) [#marketing](#)

¿Tú o tu empresa habéis conseguido algún nuevo cliente o proveedor a través de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

43%

No

57%

96 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

#OpentoWork

- Hay una gran división de opiniones sobre el uso de la etiqueta #OpentoWork en la fotografía de perfil de LinkedIn.

Encuesta 25



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 mes · 🌐



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Cada vez veo más perfiles de LinkedIn con la etiqueta **#opentowork** en sus fotografías de perfil, la pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#orientacionlat](#)

¿Es positivo para un perfil de LinkedIn poner la etiqueta **#opentowork** en la fotografía de perfil?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

26%

No

27%

No lo sé

26%

Todos estamos **#opentowork** ✓

21%

318 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

Foto en el perfil

- La gran mayoría de los usuarios indica que sí que hay que poner la fotografía en el perfil de LinkedIn.
- Resulta curioso que casi todos los que han votado No, tienen puesta la fotografía en su perfil de LinkedIn. Y alguno de los que han votado Sí no la tienen puesta.

Encuesta 26



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Entre los profesionales hay división de opiniones sobre la conveniencia o no de incluir la fotografía en el currículum vitae. En la pregunta de hoy abordamos el tema de la fotografía en el perfil de LinkedIn. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#fol](#) [#orientación](#)

¿Hay que poner la fotografía de perfil en nuestro perfil de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

90%

No

10%

351 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Mejor horario para publicar

- La mayoría de los usuarios indican que la franja horaria de 8 a 13 horas es la mejor para realizar publicaciones.
- El resto de las opciones está bastante repartido.

Encuesta 27



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 mes •

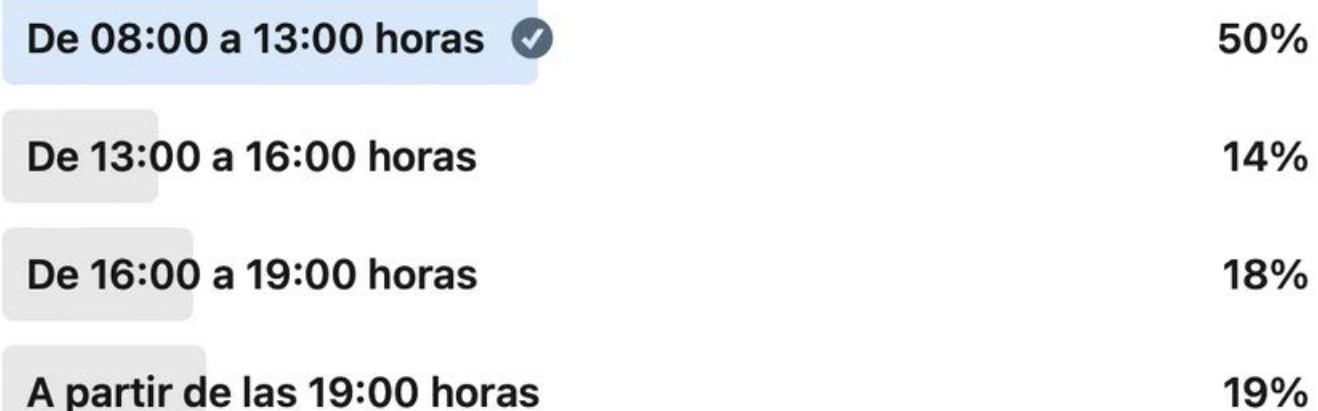
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Ya hemos visto que publicar es imprescindible para que nuestro perfil de LinkedIn "funcione". En la pregunta de hoy abordamos el tema de los mejores horarios para publicar. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#fol](#) [#orientación](#)

¿En qué horario te funcionan mejor las publicaciones de tu perfil de LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



145 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Bloqueas contactos?

- La mayoría de las personas no está bloqueando más contactos en LinkedIn que anteriormente.

Encuesta 28



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Aunque LinkedIn todavía es una red social más o menos afable y donde hay poco "politiqueo barato" y en general la gente es bastante respetuosa, en los últimos meses voy viendo algunas publicaciones bastante maleducadas e irrespetuosas. Cuando las veo suelo bloquear al contacto, y sobre eso va la pregunta de hoy ¿vosotros bloqueáis más contactos últimamente? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#comunicacion](#) [#redesociales](#) [#socialmedia](#) [#linkedin](#)

En LinkedIn, ¿estás bloqueando más contactos que antes por faltas de respeto, usos indebidos de la red o publicaciones fuera de lugar?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

19%

No

81%

180 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿LinkedIn o sitio web?

- A la mayoría de los profesionales les parece más importante un buen perfil de LinkedIn que un buen sitio web.

Encuesta 29



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana • ↻

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La visibilidad es uno de los principales activos que tiene una profesional, ya que si nadie te ve, nadie te va a "comprar". Trabajar la visibilidad de forma adecuada requiere de conocimientos y tiempo, y en muchas ocasiones no tenemos tiempo para todo. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#visibilidad](#) [#comunicacion](#) [#marketing](#) [#marcapersonal](#) [#linkedin](#)

Si sólo tienes tiempo para trabajar adecuadamente uno de estos dos canales para tu visibilidad, ¿con cuál te quedas?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Un buen perfil de LinkedIn ✓

74%

Un buen sitio web

26%

[190 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Publicas contenido propio o de terceros?

- La mayoría de los usuarios que han respondido a la encuesta publica contenido propio.

Encuesta 30



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Ya tenemos claro que para conseguir visibilidad en LinkedIn hay que publicar con regularidad. Podemos publicar contenido de terceros o propio, y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#contenidos](#) [#marketing](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#linkedin](#)

En LinkedIn, ¿la mayoría del contenido que publicas es ...?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Propio

56%

De terceros

44%

150 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Mundo digital vs. Mundo Real

- Para la gran mayoría de las personas, el Mundo Digital es una Parte del Mundo Real.

Encuesta 31



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Ayer charlaba con [Andrés Pérez Ortega - Estrategia Personal](#) con motivo de una de sus publicaciones, sobre si el "mundo digital" es o no parte del "mundo real" y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios y opiniones.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#tech](#) [#internet](#) [#sociedad](#)

¿El "mundo digital" forma parte de el "mundo real"?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

89%

No

11%

156 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Un profesional necesita un perfil de LinkedIn?

- La gran mayoría de los que han respondido a la pregunta indican que los profesionales deben de tener un perfil activo en LinkedIn.

Encuesta 32



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

LinkedIn se ha convertido en una herramienta cada vez más importante, tiene interés para estar informado, para aprender, para comunicarse con otros profesionales, para difundir la marca personal, para buscar u ofrecer trabajo, ...

La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#marcapersonal](#) [#comunicaci](#)

En general, ¿todo profesional debiera tener un perfil activo en LinkedIn?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

83%

No

17%

[278 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

A la hora de publicar

- La mayoría se decanta por utilizar la web a la hora de realizar publicaciones en LinkedIn, aunque el % de personas que utilizar la app es notable.

Encuesta 33



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Como ya sabemos una de las acciones que tenemos que realizar para que nuestro perfil de LinkedIn sea relevantes es publicar y publicar, y la pregunta de hoy va sobre esto.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#marcapersonal](#) [#comunicaci](#)

A la hora de publicar en LinkedIn, ¿qué utilizas con más frecuencia?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

La web

52%

App para dispositivos móviles

48%

108 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Hacemos un buen uso de LinkedIn?

- Una gran mayoría indica que no hacemos un buen uso de LinkedIn.

Encuesta 34



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Parece claro que LinkedIn es una herramienta fundamental en el desarrollo de la carrera profesional, ¿pero la utilizamos bien? De eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#socialmedia](#) [#redessociales](#) [#marcapersonal](#) [#comunicaci](#)

¿Se aproxima bastante a la realidad decir que la gran mayoría de los usuarios de LinkedIn no hacen un uso correcto de esta red?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



129 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Cómo trabajar LinkedIn según los usuarios de LinkedIn



LinkedIn es una pieza fundamental para la carrera profesional



La mayoría de los reclutadores van a visitar tu perfil, ¿está preparado?



Los usuarios creen que la principal utilidad de LinkedIn es la red de contactos



Para tener éxito en LinkedIn es necesario publicar con regularidad



Tres publicaciones a la semana puede ser una buena opción



Los fines de semana también hemos de publicar, tiene sus ventajas



LinkedIn es todavía más útil para trabajar que para buscar trabajo



La mitad de los usuarios de esta red han conseguido un trabajo o proyecto con ayuda de LinkedIn



A pesar de la utilidad de LinkedIn, la mayoría de los usuarios reconoce que no hace un buen trabajo



El tipo de publicación que parece que funciona mejor son las imágenes/infografías



El 80% de los usuarios indica que la evolución de LinkedIn en los últimos años ha sido buena o muy buena



Si pides ayuda a los usuarios de LinkedIn, en la mayoría de los casos te la prestan

Algunos consejos sobre LinkedIn para orientadores laborales/técnicos de empleo



Debes tener una cuenta activa de LinkedIn, ya que debes dar ejemplo a los usuarios a los que ayudas



Debes manejar con soltura LinkedIn para poder ayudar a los usuarios



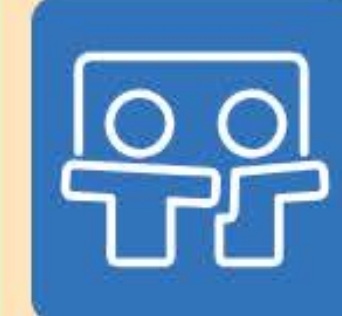
Casi todos los reclutadores utilizan LinkedIn para buscar candidatos



Puedes realizar publicaciones con consejos relacionados con la orientación laboral



LinkedIn te puede ayudar a conocer las nuevas tendencias del mercado laboral



Los usuarios deben trabajar su marca personal, LinkedIn es una herramienta importante para su difusión



Puedes aprender nuevas técnicas de orientación que publican expertos en la materia



LinkedIn es una fuente de aprendizaje permanente sobre materias que necesitas en tu trabajo



Puedes conocer ofertas de empleo que sean interesantes para tus usuarios



LinkedIn es un buen canal para comunicarte con tus usuarios



Puedes/debes de seguir los hashtags más importantes relacionados con tu trabajo



Es interesante complementar el uso de LinkedIn con el de otros medios sociales



EMPRENDIMIENTO



"Emprender es una alternativa muy interesante a la hora de crear tu propio puesto de trabajo. En algunas profesiones y sectores, o para algunas edades, casi la única".

Alfredo Vela
Consultor digital

Pirámide de Maslow del emprendimiento

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar el proceso de emprendimiento, desde la idea inicial y la adquisición de recursos básicos hasta la innovación, el impacto social y la creación de un legado duradero.



Aspectos a tener en cuenta a la hora de emprender

	Idea Objetivos Estudio de mercado		Plan de Empresa Forma jurídica Viabilidad		Financiación Socios
	Estrategia Liderazgo Quién va a hacer el qué		Plan de marketing Productos/servicios Público objetivo		Personal Stakeholders Formación
	Ayuda Asesoría Consultoría		Calendario Hitos		Gestión Evolución Sostenibilidad en el tiempo
	Herramientas		Indicadores/Medir Analizar Modificar/Corregir		Responsabilidad social Gestión de expectativas

ESQUEMA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE UNA IDEA DE EMPRENDIMIENTO GENÉRICO



Desarrollar una idea de emprendimiento implica un proceso detallado que abarca desde la concepción inicial hasta la puesta en marcha. A continuación, proponemos un proyecto estructurado para guiar a los emprendedores en el desarrollo de sus ideas de negocio:

1. Ideación y validación:

- Generación de ideas: utilizar técnicas como lluvia de ideas, análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y mapas mentales para generar y refinar ideas de emprendimiento.
- Estudio de mercado: realizar una investigación de mercado para identificar tendencias, necesidades insatisfechas y la viabilidad de la idea. Incluir análisis de competencia, segmentación de mercado y demanda potencial.
- Validación de la idea: validar la idea con potenciales clientes a través de encuestas, entrevistas y pruebas de concepto. Ajustar la idea basándose en el feedback recibido.



2. Planificación y estrategia:

- Modelo de negocio: desarrollar un modelo de negocio utilizando herramientas como el Business Model Canvas para definir la propuesta de valor, segmentos de clientes, canales de distribución, estructura de costos, fuentes de ingreso, entre otros.
- Plan de negocio: elaborar un plan de negocio detallado que incluya análisis de mercado, estrategia de marketing y ventas, plan operativo, y proyecciones financieras.



3. Prototipado y desarrollo de producto/servicio:

- Desarrollo de prototipos: crear prototipos o versiones mínimas viables (MVP) de tu producto o servicio para obtener feedback temprano de usuarios reales.
- Iteración del producto: refinar el producto o servicio basándose en las pruebas y el feedback, iterando hasta lograr un ajuste adecuado entre el producto y el mercado.

4. Identidad y marca:

- Creación de marca: desarrollar la identidad de marca, incluyendo nombre, logo, eslogan y elementos visuales que comuniquen efectivamente la esencia de la empresa.
- Estrategia de marca: definir la estrategia de marca que guiará cómo se comunica y posiciona la empresa en el mercado.

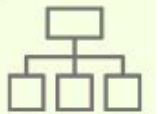


5. Estrategia de marketing y ventas:

- Plan de marketing: establecer un plan de marketing que detalle estrategias y tácticas para alcanzar a tu audiencia objetivo, incluyendo marketing digital, publicidad, relaciones públicas y promociones.
- Estrategia de ventas: desarrollar una estrategia de ventas que defina cómo se generarán y cerrarán los leads, incluyendo canales de venta, equipos de venta y estructuras de precios.

6. Estructuración legal y financiera:

- Estructura legal: seleccionar la estructura legal más adecuada para el negocio (empresa individual, sociedad limitada, etc.) y realizar los trámites necesarios para su constitución.
- Planificación financiera: preparar un plan financiero que incluya presupuestos, flujo de caja, punto de equilibrio y necesidades de financiación.



7. Lanzamiento y operaciones:

- Preparación para el lanzamiento: planificar y ejecutar un lanzamiento que genere interés y visibilidad para el producto o servicio.
- Operaciones: establecer procesos operativos y logísticos para la producción, distribución y servicio al cliente, asegurando la calidad y eficiencia.



8. Evaluación y escalamiento:

- Monitorización y evaluación: implementar sistemas para monitorizar el rendimiento del negocio, incluyendo métricas clave de rendimiento (KPIs).
- Estrategia de crecimiento: desarrollar una estrategia de escalamiento que identifique oportunidades de expansión, ya sea a nuevos mercados, a través de nuevos productos, o mediante la optimización de operaciones existentes.

ESQUEMA DE UN PLAN DE EMPRESA GENÉRICO



Un plan de empresa detallado es crucial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio. A continuación, tenemos una estructura general que se puede adaptar a la mayoría de las empresas.

1. Resumen ejecutivo:

- Descripción del negocio: breve descripción de la empresa, su misión y visión.
- Productos o servicios: resumen de lo que se ofrece.
- Objetivos: metas a corto y largo plazo.
- Propuesta de valor: qué hace único al negocio.
- Información básica: ubicación de la empresa, nombres de los fundadores y su rol.



2. Análisis del mercado:

- Investigación de mercado: datos sobre el mercado objetivo, incluyendo tamaño, características, y tendencias.
- Análisis de la competencia: identificación y análisis de competidores, sus fortalezas y debilidades.
- Público objetivo: definición y análisis del cliente ideal.

3. Organización y gestión:

- Estructura organizativa: diagrama de la estructura organizativa y descripción de departamentos.
- Equipo de gestión: biografías de los miembros clave del equipo.
- Necesidades de personal: planes de contratación y desarrollo del personal.



4. Productos y/o servicios:

- Detalles del producto/servicio: descripción detallada de los productos o servicios.
- Ciclo de vida del producto: estado actual y cómo se espera que evolucione.
- Propiedad intelectual: patentes, marcas registradas, derechos de autor, etc.

5. Plan de marketing y ventas:

- Estrategia de marketing: cómo se promocionará y venderá el producto/servicio.
- Canales de distribución: cómo se entregará el producto/servicio al cliente.
- Estrategia de ventas: tácticas y objetivos de ventas.
- Presupuesto de marketing: detalles financieros relacionados con actividades de marketing.



6. Plan financiero:

- Proyecciones financieras: incluye estados de ingresos, balances y flujos de efectivo proyectados para los próximos 3-5 años.
- Necesidades de financiación: capital requerido y cómo se utilizará.
- Análisis de punto de equilibrio: cuándo se espera que la empresa alcance la rentabilidad.

7. Análisis de riesgos:

- Identificación de riesgos: posibles problemas que podrían enfrentar y cómo se planea mitigarlos.
- Planes de contingencia: estrategias para manejar situaciones imprevistas.



8. Anexos:

- Documentación adicional: este apartado puede incluir CVs de los miembros del equipo, detalles técnicos de productos, estudios de mercado, documentos legales, etc.

ESQUEMA DE UN PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL GENÉRICO



Un plan de transformación digital bien estructurado es crucial para que las organizaciones se adapten a la era digital y mejoren su competitividad. Aquí desarrollamos un proyecto detallado:

1. Evaluación inicial y definición de objetivos:

- Diagnóstico del estado actual: evaluar la madurez digital de la organización en áreas clave como tecnología, procesos, personas y cultura.
- Establecimiento de objetivos: definir qué se espera lograr con la transformación digital (mejora de la eficiencia, experiencia del cliente, innovación, etc.).

2. Planificación estratégica:

- Visión de la transformación: desarrollar una visión clara de cómo la transformación digital impulsará la organización hacia el futuro.
- Hoja de ruta estratégica: establecer una hoja de ruta con metas a corto, medio y largo plazo.



3. Involucración y compromiso de la alta dirección:

- Liderazgo desde la cúpula: asegurar el compromiso y el liderazgo activo de la alta dirección.
- Comunicación clara: difundir la visión y los objetivos de la transformación digital a toda la organización.

4. Análisis de necesidades tecnológicas:

- Auditoría de tecnología actual: evaluar las tecnologías existentes y su alineación con los objetivos de transformación.
- Identificación de soluciones tecnológicas: determinar las herramientas y plataformas tecnológicas necesarias (software de gestión, CRM, ERP, inteligencia artificial, ...).



5. Cultura organizacional y gestión del cambio:

- Fomento de una cultura digital: promover una cultura que apoye la innovación, la agilidad y la colaboración.
- Gestión del cambio: preparar y apoyar a los empleados para los cambios, a través de comunicación, formación y actividades de desarrollo.



6. Desarrollo de competencias digitales:

- Formación y capacitación: proporcionar formación en habilidades digitales y nuevas tecnologías a los empleados.
- Atracción de talento digital: contratar talento con habilidades digitales clave si es necesario.

7. Optimización de procesos y automatización:

- Reingeniería de procesos: rediseñar procesos para mejorar la eficiencia y efectividad con el apoyo de la tecnología.
- Automatización: implementar soluciones de automatización y robótica de procesos donde sea viable.

8. Integración de datos y analítica avanzada:

- Gestión de datos: establecer un sistema eficiente para la recopilación, almacenamiento y análisis de datos.
- Analítica e inteligencia de negocios: utilizar herramientas de BI para obtener insights y apoyar la toma de decisiones.



9. Seguridad digital y cumplimiento:

- Seguridad de la información: reforzar la seguridad cibernética para proteger datos y sistemas.
- Cumplimiento normativo: asegurarse de cumplir con las leyes y regulaciones sobre privacidad y manejo de datos.

10. Implementación y ejecución:

- Implementación por fases: desplegar la transformación digital por etapas, priorizando áreas de mayor impacto.
- Monitorización y ajuste: supervisar el progreso y hacer ajustes necesarios.

11. Medición y evaluación del impacto:

- KPIs y métricas de rendimiento: definir y medir indicadores clave para evaluar el éxito de la transformación digital.
- Retroalimentación y mejora continua: recoger feedback y utilizarlo para mejorar continuamente los esfuerzos de transformación digital.



ESQUEMA DE UN PLAN DE MARKETING GENÉRICO



Desarrollar un plan de marketing detallado es fundamental para cualquier organización, ya que guía las estrategias de marketing y ventas. Aquí tenemos un modelo general que puede adaptarse a diversas organizaciones:

1. Resumen ejecutivo:

- Breve resumen del plan completo.
- Objetivos principales del marketing.
- Conclusiones clave del análisis de mercado y estrategias propuestas.



2. Análisis de situación:

- Análisis del mercado: tamaño del mercado, tendencias, crecimiento esperado.
- Análisis de la competencia: competidores directos e indirectos, sus estrategias y posicionamiento.
- Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de la empresa.

3. Definición del público objetivo:

- Segmentación del mercado: criterios para segmentar el mercado (demográficos, geográficos, psicográficos, etc.).
- Perfil del cliente ideal: características detalladas del cliente objetivo.
- Necesidades y comportamiento del cliente: comprender las motivaciones y comportamientos de compra.



4. Objetivos de marketing:

- Objetivos específicos: objetivos claros, medibles, alcanzables, relevantes y temporales (SMART).
- Alineación con objetivos empresariales: cómo los objetivos de marketing apoyan los objetivos generales de la empresa.

5. Estrategias de marketing:

- Posicionamiento de marca: cómo quieres que perciban tu marca.
- Estrategias para cada segmento de mercado: personalización del enfoque para diferentes segmentos.
- Propuesta de valor: lo que diferencia tu producto/servicio en el mercado.



6. Plan de acción o tácticas:

- Marketing Mix (4 P's: Producto, Precio, Plaza, Promoción): detalles sobre cada elemento.
- Calendario de marketing: cronograma de cuando se implementarán las tácticas.
- Responsabilidades: quién está a cargo de cada acción.

7. Presupuesto:

- Detalle de costos: presupuesto para cada táctica o campaña.
- Justificación de los costos: cómo se relacionan los gastos con los objetivos.



8. Evaluación y Control:

- Métricas clave de rendimiento (KPIs): qué indicadores se utilizarán para medir el éxito.
- Sistema de monitorización y revisión: cómo y cuándo se revisará el rendimiento del plan.
- Plan de ajuste: cómo se ajustará el plan en base a los resultados y feedback.

9. Anexos:

- Documentación adicional: investigación de mercado, datos financieros, materiales de marketing, etc.



ESQUEMA DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL GENÉRICO



Un plan de marketing digital eficaz es fundamental para alcanzar objetivos específicos utilizando canales digitales. Aquí presentamos un proyecto detallado:

1. Evaluación y objetivos:

- Análisis de situación actual: evaluar la presencia digital actual de la organización, incluyendo la web, SEO, presencia en redes sociales, campañas de email marketing, ...
- Definición de objetivos: establecer objetivos claros y medibles para el plan de marketing digital (aumento de tráfico web, generación de leads, incremento en ventas, mejora en la tasa de conversión, ...).



2. Definición del público objetivo:

- Segmentación de audiencia: identificar y segmentar la audiencia objetivo basándose en demografía, intereses, comportamientos, y otros criterios relevantes.
- Creación de buyer personas: desarrollar perfiles detallados de los clientes ideales para guiar las estrategias de contenido y campañas.

3. Estrategia de contenidos:

- Plan de contenidos: desarrollar un calendario editorial que detalle el tipo de contenido, los canales de distribución, y el cronograma de publicación.
- Creación y curación de contenido: producir contenido de alta calidad y relevante para atraer y retener a la audiencia objetivo.



4. Optimización para motores de búsqueda (SEO):

- SEO on-page: optimizar el contenido y la estructura del sitio web para mejorar el ranking en los motores de búsqueda.
- SEO off-page: implementar estrategias para mejorar la autoridad del sitio a través de backlinks de calidad.

5. Marketing en redes sociales:

- Selección de plataformas: elegir las plataformas de redes sociales más adecuadas para la audiencia objetivo.
- Estrategia de publicación y engagement: planificar la frecuencia de publicaciones y estrategias para fomentar la interacción.

6. Publicidad digital:

- PPC y publicidad en redes sociales: diseñar y ejecutar campañas publicitarias pagadas en buscadores y redes sociales.
- Remarketing: implementar campañas de remarketing para reenganchar a visitantes previos del sitio web.



7. Email marketing:

- Desarrollo de lista de suscriptores: crear y mantener una lista de suscriptores mediante técnicas de captación efectivas.
- Campañas de email: diseñar y enviar emails regulares que proporcionen valor a los suscriptores y fomenten la conversión.

8. Marketing de influencers:

- Identificación y colaboración: identificar influencers clave en el nicho de mercado y colaborar con ellos para aumentar el alcance y la credibilidad de la marca.

9. Analítica y medición:

- Herramientas de análisis: utilizar herramientas como Google Analytics para monitorizar el tráfico web, comportamiento del usuario, y eficacia de las campañas.
- KPIs y reportes: definir indicadores clave de rendimiento y generar reportes regulares para evaluar el progreso hacia los objetivos establecidos.



10. Optimización y mejora continua:

- Pruebas A/B y poptimización de la tasa de conversión (CRO): realizar pruebas continuas para optimizar las páginas de destino, el copy del anuncio, y otros elementos clave.
- Ajustes basados en datos: Utilizar los insights obtenidos de la analítica para hacer ajustes y mejorar las estrategias de marketing digital.

11. Seguridad y privacidad:

- Cumplimiento de normativas: asegurar que todas las actividades de marketing digital cumplan con las leyes de privacidad y protección de datos aplicables.



ESQUEMA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE VENTAS GENÉRICA



Desarrollar una estrategia de ventas eficaz es crítico para el éxito de cualquier emprendimiento u organización. Te proponemos un proyecto estructurado que aborda los pasos clave para crear e implementar una estrategia de ventas efectiva:

1. Análisis del mercado y la competencia:

- Investigación de mercado: realizar un análisis exhaustivo del mercado objetivo para entender sus necesidades, preferencias, y comportamientos de compra.
- Análisis competitivo: evaluar a los competidores directos e indirectos para identificar sus fortalezas, debilidades, y estrategias de ventas.



2. Definición de objetivos de ventas:

- Objetivos claros: establecer objetivos de ventas claros, medibles y alcanzables, tanto a corto como a largo plazo, basados en el análisis del mercado y la capacidad de la organización.
- Segmentación del mercado: identificar y segmentar el mercado objetivo en grupos específicos para personalizar las estrategias de ventas y comunicación.

3. Desarrollo de la propuesta de valor:

- Propuesta de valor única: definir claramente qué distingue a tu producto o servicio de la competencia y cómo satisface las necesidades del mercado objetivo.
- Mensajes clave: desarrollar mensajes de venta que comuniquen efectivamente la propuesta de valor a diferentes segmentos del mercado.



4. Estrategia de canales de venta:

- Selección de canales: determinar los canales de venta más efectivos para alcanzar al mercado objetivo, incluyendo ventas directas, online, distribuidores, o ventas al por menor.
- Integración de canales: asegurar una experiencia coherente y sin fricciones para los clientes a través de todos los canales de venta.

5. Planificación de actividades de venta:

- Plan de acción de ventas: desarrollar un plan detallado que incluya actividades clave de ventas, como prospección, presentaciones de ventas, negociación, y cierre.
- Herramientas de ventas: identificar y proveer a tu equipo de ventas con las herramientas necesarias, como software CRM, materiales de marketing y formularios de pedido.



5. Planificación de actividades de venta:

- Plan de acción de ventas: desarrollar un plan detallado que incluya actividades clave de ventas, como prospección, presentaciones de ventas, negociación, y cierre.
- Herramientas de ventas: identificar y proveer a tu equipo de ventas con las herramientas necesarias, como software CRM, materiales de marketing y formularios de pedido.



6. Estrategia de precios:

- Estructura de precios: definir una estrategia de precios competitiva y rentable que refleje el valor del producto o servicio, teniendo en cuenta los costos, la percepción del mercado y la competencia.
- Políticas de descuentos y promociones: establecer políticas claras para descuentos, promociones y ofertas especiales para incentivar las compras.

7. Formación y desarrollo del equipo de ventas:

- Programas de formación: implementar programas de formación continua para desarrollar las habilidades de ventas, conocimiento del producto y técnicas de negociación del equipo de ventas.
- Motivación e incentivos: crear un sistema de incentivos y recompensas para motivar al equipo de ventas y alinear sus objetivos con los de la organización.



8. Implementación y ejecución:

- Lanzamiento de la estrategia: implementar la estrategia de ventas de acuerdo al plan de acción, asegurando que todos los elementos estén en su lugar.
- Gestión del rendimiento: monitorizar el desempeño de las ventas y el cumplimiento de los objetivos, ajustando la estrategia según sea necesario.



9. Medición y ajuste:

- Evaluación continua: establecer mecanismos para evaluar regularmente la efectividad de la estrategia de ventas, utilizando KPIs y métricas de rendimiento.
- Optimización: realizar ajustes basados en el análisis de datos, feedback del equipo de ventas y cambios en el mercado, para mejorar continuamente la estrategia de ventas.

ESQUEMA DE UN PLAN DE BRANDING GENÉRICO



Un plan de branding efectivo es importante para construir y mantener una marca fuerte que resuene con el público objetivo y se diferencie de la competencia.

Aquí proponemos un proyecto detallado:

1. Análisis de situación actual y competencia:

- Evaluación interna: analizar la identidad actual de la marca, incluyendo misión, visión, valores, y percepción existente entre los stakeholders.
- Análisis competitivo: examinar a los competidores para entender su posicionamiento, fortalezas y debilidades.



2. Definición de objetivos de branding:

- Establecer objetivos claros y medibles para el branding, como aumentar el reconocimiento de marca, mejorar la percepción de marca o lanzar una nueva identidad de marca.

3. Desarrollo de la estrategia de branding:

- Identidad de marca: definir los elementos clave de la marca, como nombre, logo, eslogan, paleta de colores, tipografía y otros elementos visuales.
- Posicionamiento de marca: establecer un posicionamiento claro que diferencie a la marca en el mercado, destacando sus propuestas de valor únicas.



4. Creación de la identidad visual y mensajes clave:

- Diseñar la identidad visual de la marca y desarrollar mensajes clave que comuniquen efectivamente su valor y promesas a los diferentes segmentos del público objetivo.

5. Guía de estilo y manual de marca:

- Elaborar una guía de estilo detallada y un manual de marca que incluya directrices sobre el uso de la identidad visual y los mensajes de marca en diferentes canales y materiales.

6. Implementación y lanzamiento de la marca:

- Planificar y ejecutar un lanzamiento o relanzamiento de la marca, utilizando una combinación de canales online y offline para alcanzar al público objetivo.
- Coordinar la actualización de todos los materiales de marketing, sitio web, señalética, papelería y otros puntos de contacto con la marca.



7. Estrategia de comunicación y marketing:

- Desarrollar una estrategia de comunicación integral que promueva la marca y sus valores a través de campañas publicitarias, relaciones públicas, marketing de contenido, redes sociales y eventos.

8. Formación interna y cultura de marca:

- Organizar sesiones de formación para empleados sobre la identidad de marca y cómo pueden ser embajadores de la marca en sus roles.
- Fomentar una cultura de marca interna que refleje los valores y la misión de la marca.



9. Monitorización, medición y evaluación:

- Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el impacto de las estrategias de branding, como reconocimiento de marca, lealtad de marca y percepción de marca.
- Utilizar herramientas de análisis para monitorizar la salud de la marca y la respuesta del público.

10. Adaptación y evolución de la marca:

- Revisar y ajustar periódicamente la estrategia de branding en función de los cambios en el mercado, las tendencias emergentes y el feedback del público.
- Estar abierto a evolucionar la marca para mantenerla relevante y resonante con su audiencia.

ESQUEMA DE UN PLAN “CUSTOMER CENTRICITY” GENÉRICO



Implantar una filosofía de "Customer Centricity" (enfoque centrado en el cliente) requiere un cambio integral en la organización, desde la cultura hasta los procesos operativos. Aquí mostramos un proyecto detallado:

1. Evaluación inicial y compromiso de la dirección:

- Evaluación de la cultura y prácticas actuales: analizar en qué medida la organización está actualmente centrada en el cliente.
- Compromiso de la dirección: asegurar el apoyo y compromiso de la dirección para impulsar un cambio hacia una cultura centrada en el cliente.

2. Definición de la visión y objetivos de customer centricity:

- Creación de una visión centrada en el cliente: definir cómo se verá y se sentirá la experiencia del cliente ideal.
- Establecimiento de objetivos concretos: definir metas claras y medibles para la transformación hacia un enfoque centrado en el cliente.



3. Conocimiento profundo del cliente:

- Investigación de mercado: realizar investigaciones para entender profundamente las necesidades, deseos y comportamientos de los clientes.
- Segmentación de clientes: identificar distintos segmentos de clientes y entender sus necesidades específicas.

4. Desarrollo de estrategias centradas en el cliente:

- Personalización de productos y servicios: desarrollar ofertas que se ajusten a las necesidades y preferencias de los segmentos de clientes.
- Experiencia del cliente: diseñar una experiencia de cliente coherente y positiva en todos los puntos de contacto.



5. Alineación organizacional y cambio de cultura:

- Formación y desarrollo: formar a los empleados en habilidades y conocimientos centrados en el cliente.
- Cambio de cultura organizacional: fomentar una cultura donde el cliente sea el centro de todas las decisiones y acciones.

6. Integración de procesos y tecnología:

- Sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM): implementar o mejorar sistemas CRM para recolectar, analizar y actuar sobre la información del cliente.
- Procesos orientados al cliente: rediseñar procesos internos para mejorar la eficiencia y efectividad en la entrega de valor al cliente.



7. Medición y análisis:

- Indicadores clave de rendimiento (KPIs): establecer KPIs centrados en el cliente (satisfacción del cliente, Net Promoter Score, retención de clientes, etc.).
- Análisis continuo: monitorear y analizar el rendimiento para entender cómo las mejoras afectan la experiencia del cliente.

8. Comunicación y marketing centrados en el cliente:

- Estrategias de comunicación: desarrollar mensajes y campañas que resuenen con los clientes y reflejen el compromiso de la empresa con ellos.
- Marketing personalizado: utilizar la información del cliente para personalizar el marketing y las comunicaciones.



9. Feedback y mejora continua:

- Recolección de feedback: establecer métodos para recolectar feedback de los clientes de manera regular.
- Ciclo de mejora continua: utilizar el feedback para realizar mejoras continuas en productos, servicios y experiencias.

10. Evaluación y ajustes:

- Evaluación del progreso: revisar regularmente el progreso hacia los objetivos establecidos.
- Ajustes estratégicos: realizar ajustes en la estrategia y la ejecución en función de los resultados y aprendizajes.



ESQUEMA DE UN PLAN DE CREACIÓN DE UN SITIO WEB GENÉRICO



Desarrollar un sitio web efectiva es crítico para la presencia en línea de cualquier organización. A continuación, presentamos un proyecto detallado para el desarrollo de un sitio web:

1. Definición de objetivos y alcance del proyecto:

- Objetivos del sitio web: Definir qué se quiere lograr con el sitio web (información, ventas, captación de leads, etc.).
- Análisis del público objetivo: identificar a quiénes se dirige la web y sus necesidades.
- Alcance del proyecto: establecer límites claros de qué incluirá y qué no incluirá el proyecto.



2. Planificación y estrategia:

- Mapa del sitio: definir la estructura y navegación del sitio web.
- Wireframes: crear bocetos básicos que representen la disposición de elementos en la página.
- Estrategia de contenido: planificar el tipo de contenido necesario (textos, imágenes, videos).

3. Diseño y desarrollo web:

- Diseño gráfico: crear un diseño que refleje la marca y sea atractivo para el público objetivo.
- Desarrollo front-end: implementar el diseño en HTML, CSS y JavaScript.
- Desarrollo back-end: configurar el servidor, bases de datos y la lógica de negocio si es necesario.



4. Optimización para SEO:

- Investigación de palabras clave: identificar términos relevantes para el negocio.
- SEO on-page: optimizar elementos de la web para mejorar su posicionamiento en buscadores.
- SEO técnico: asegurarse de que el sitio sea rastreable y indexable por los motores de búsqueda.

5. Integración de funcionalidades y herramientas:

- CMS (Sistema de Gestión de Contenidos): integrar un CMS si se requiere gestión de contenido.
- E-commerce: implementar funcionalidades de comercio electrónico si es necesario.
- Herramientas de análisis: incorporar herramientas como Google Analytics para seguimiento y análisis.



6. Pruebas y calidad:

- Pruebas funcionales: verificar que todas las características funcionen según lo previsto.
- Pruebas de usabilidad: asegurar que la web sea intuitiva y fácil de usar.
- Pruebas de compatibilidad: comprobar que la web funcione en diferentes navegadores y dispositivos.

7. Lanzamiento:

- Plan de lanzamiento: definir una estrategia para el lanzamiento de la web.
- Migración: si se reemplaza una web existente, planificar la migración de contenidos y SEO.
- Comunicación y marketing: anunciar el lanzamiento a través de diferentes canales.



8. Mantenimiento y actualizaciones:

- Plan de mantenimiento: establecer un cronograma para revisiones y actualizaciones.
- Soporte técnico: organizar un sistema para gestionar problemas técnicos o actualizaciones.
- Actualización de contenidos: mantener el sitio actualizado con información y noticias frescas.

9. Evaluación y mejora continua:

- Análisis de datos: usar herramientas de análisis para entender el comportamiento del usuario.
- Feedback de usuarios: recoger opiniones y sugerencias de los usuarios.
- Mejoras constantes: implementar mejoras basadas en los datos y feedback recogido.



ESQUEMA DE UN PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE/USUARIO GENÉRICO



Un plan de atención al cliente efectivo es esencial para asegurar la satisfacción y lealtad del cliente, así como para mejorar la reputación de la marca. Aquí tenemos un proyecto detallado para desarrollar un plan de atención al cliente:

1. Evaluación de la situación actual:

- Análisis de la experiencia actual del cliente: evaluar los procesos de atención al cliente existentes y recoger feedback de los clientes sobre su experiencia.
- Identificación de puntos de dolor: identificar áreas problemáticas o insatisfactorias en la experiencia del cliente.



2. Definición de objetivos y estrategias:

- Objetivos de atención al cliente: establecer objetivos claros y medibles basados en la mejora de la satisfacción del cliente, reducción de tiempos de respuesta, aumento de la resolución en el primer contacto, etc.
- Desarrollo de estrategias: crear estrategias para alcanzar estos objetivos, considerando tanto mejoras en los procesos existentes como la implementación de nuevas herramientas o enfoques.

3. Implementación de canales de atención:

- **Canales múltiples**: implementar o mejorar la atención al cliente a través de varios canales (teléfono, email, chat en vivo, redes sociales, ...), asegurando una experiencia coherente en todos ellos.
- **Autoservicio**: desarrollar recursos de autoservicio para clientes, como FAQs y bases de conocimiento, para resolver dudas sin necesidad de contacto directo.



4. Formación y desarrollo del equipo de atención al cliente:

- Programas de formación: crear y ejecutar programas de formación para el personal de atención al cliente en habilidades de servicio, manejo de herramientas tecnológicas y conocimiento del producto o servicio.
- Evaluación y retroalimentación continua: establecer un sistema de evaluación del desempeño y retroalimentación continua para el personal.

5. Adopción de tecnología:

- Herramientas de gestión de relaciones con clientes (CRM): implementar o mejorar sistemas CRM para gestionar y analizar interacciones con clientes.
- Automatización y chatbots: utilizar chatbots para proporcionar respuestas rápidas a consultas frecuentes y automatizar tareas repetitivas.



6. Medición y análisis del servicio:

- Indicadores clave de rendimiento (KPIs): establecer KPIs para medir la eficacia de la atención al cliente, como tiempo de respuesta, satisfacción del cliente y tasa de resolución.
- Encuestas de satisfacción: realizar encuestas de satisfacción regularmente para obtener feedback directo de los clientes.

7. Gestión de quejas y feedback:

- Proceso de manejo de quejas: desarrollar un proceso claro y eficiente para el manejo de quejas y reclamaciones, asegurando que los clientes se sientan escuchados y valorados.
- Uso del feedback: utilizar el feedback y las quejas de los clientes como oportunidades para mejorar los productos, servicios y procesos de atención.



8. Fomento de la cultura centrada en el cliente:

- Sensibilización interna: fomentar una cultura organizacional que priorice la atención al cliente, implicando a todos los niveles de la organización.
- Reconocimiento y recompensas: implementar programas de reconocimiento para el personal de atención al cliente que demuestre un rendimiento excepcional.



9. Plan de comunicación:

- Estrategia de comunicación: desarrollar una estrategia de comunicación que mantenga a los clientes informados sobre cambios, mejoras y noticias relevantes.
- Transparencia: ser transparentes en la comunicación con los clientes, especialmente en situaciones de crisis o cuando se enfrentan problemas.

10. Evaluación continua y mejora:

- Revisión y ajuste regular: evaluar periódicamente la efectividad del plan de atención al cliente y realizar ajustes según sea necesario.
- Innovación en la atención al cliente: mantenerse al tanto de las nuevas tendencias y tecnologías en atención al cliente para implementar mejoras continuas.

ESQUEMA DE UN PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS DE REPUTACIÓN GENÉRICO



Desarrollar un plan de gestión de crisis de reputación es esencial para cualquier emprendedor u organización en la era digital, donde la información se propaga rápidamente. Un enfoque proactivo puede mitigar el daño potencial a la imagen de la marca. Aquí podemos ver un proyecto detallado:

1. Preparación y evaluación de riesgos:

- Identificación de riesgos: enumerar y evaluar los riesgos potenciales que podrían llevar a una crisis de reputación, basándose en el sector, historial de la empresa y eventos actuales.
- Evaluación de vulnerabilidades: determinar las vulnerabilidades internas y externas que podrían exacerbar una crisis, incluyendo brechas en la seguridad de la información, debilidades en la cadena de suministro, problemas de calidad del producto, ...



2. Establecimiento de un equipo de gestión de crisis:

- Selección del equipo: formar un equipo de gestión de crisis compuesto por miembros clave del personal, incluyendo liderazgo ejecutivo, relaciones públicas, legal, y operaciones.
- Roles y responsabilidades: definir claramente los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, asegurando una respuesta rápida y coordinada.

3. Desarrollo de protocolos de comunicación:

- Canales de comunicación: establecer canales de comunicación internos y externos efectivos para gestionar la información durante una crisis.
- Guiones y mensajes predeterminados: desarrollar mensajes clave y guiones para diferentes escenarios de crisis, enfocándose en transparencia, responsabilidad, y pasos concretos de resolución.



4. Creación de un plan de monitorización:

- Herramientas de monitorización: implementar herramientas para monitorizar las redes sociales, medios de comunicación y otras fuentes de información en tiempo real, para detectar y evaluar rápidamente cualquier amenaza a la reputación.
- Indicadores de alerta temprana: definir indicadores de alerta temprana que puedan señalar el inicio de una crisis de reputación.

5. Estrategias de respuesta:

- Estrategias proactivas y reactivas: desarrollar estrategias proactivas para mitigar riesgos antes de que se conviertan en crisis y estrategias reactivas para responder eficazmente una vez que la crisis esté en curso.
- Plan de acción personalizado: crear un plan de acción detallado para cada escenario de crisis potencial, incluyendo pasos específicos, cronogramas y responsabilidades.



6. Formación y simulacros:

- Formación del equipo: proporcionar formación regular al equipo de gestión de crisis y a los portavoces sobre cómo manejar la comunicación y otras responsabilidades durante una crisis.
- Ejercicios de simulación: realizar simulacros de crisis para poner a prueba la efectividad del plan y la preparación del equipo, ajustando el plan según sea necesario.

7. Plan de recuperación y restauración:

- Estrategias de recuperación: desarrollar estrategias para restaurar la reputación de la organización después de una crisis, incluyendo campañas de relaciones públicas, iniciativas comunitarias y mejoras en productos o servicios.
- Seguimiento post-crisis: establecer un proceso de seguimiento para evaluar la recuperación de la reputación a largo plazo y la efectividad de las estrategias de restauración implementadas.



8. Revisión y ajuste continuo:

- Evaluación post-crisis: realizar una evaluación exhaustiva después de cada crisis para identificar lecciones aprendidas, éxitos y áreas de mejora.
- Actualización del plan: actualizar regularmente el plan de gestión de crisis de reputación para reflejar nuevos riesgos, aprendizajes y mejores prácticas.

ESQUEMA DE UN PLAN DE MEDIOS SOCIALES GENÉRICO



Un plan de presencia en medios sociales efectivo es esencial para construir la marca, interactuar con la audiencia y alcanzar objetivos de marketing. Aquí tenemos un proyecto detallado para un plan de presencia en medios sociales:

1. Evaluación y objetivos:

- Análisis del estado actual: evaluar la presencia actual en redes sociales y cómo se compara con los competidores.
- Definición de objetivos: establecer objetivos claros y medibles para la presencia en medios sociales (aumento de seguidores, mejora del engagement, generación de leads, branding, ...).



2. Definición del público objetivo:

- Identificación del público: determinar quiénes son los segmentos de audiencia objetivo en las redes sociales.
- Análisis de necesidades y comportamientos: comprender qué busca y cómo interactúa el público objetivo en las redes sociales.

3. Selección de plataformas y herramientas:

- Elección de canales: seleccionar las plataformas de redes sociales más adecuadas basadas en el público objetivo y los objetivos (Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, TikTok, ...).
- Herramientas de gestión: elegir herramientas para programar publicaciones, monitorizar menciones y analizar el rendimiento.

4. Desarrollo de contenido:

- Calendario editorial: crear un calendario de publicaciones que detalle qué contenido se publicará y cuándo.
- Creación de contenido: desarrollar contenido atractivo y relevante para el público objetivo, incluyendo textos, imágenes, videos y enlaces.
- Diversificación de contenido: planificar una mezcla de contenido informativo, educativo, promocional y de entretenimiento.



5. Estrategia de engagement:

- Interacción activa: establecer un plan para interactuar regularmente con la audiencia, responder a comentarios, mensajes y participar en conversaciones.
- Construcción de comunidad: fomentar la creación de una comunidad alrededor de la marca, promoviendo la interacción entre seguidores.

6. Publicidad en redes sociales:

- Campañas publicitarias: planificar y ejecutar campañas publicitarias en redes sociales para aumentar el alcance y lograr objetivos específicos.
- Segmentación y personalización: utilizar la segmentación avanzada para dirigir las campañas a audiencias específicas (buyer personas).



7. Monitorización y análisis:

- Seguimiento del rendimiento: monitorizar regularmente el rendimiento de las publicaciones y campañas en función de los objetivos definidos.
- Análisis y reportes: utilizar herramientas analíticas para generar informes de rendimiento y obtener insights.

8. Gestión de crisis y reputación online:

- Plan de gestión de crisis: desarrollar un plan para manejar posibles crisis en redes sociales de manera eficaz.
- Monitorización de la reputación: establecer un sistema para monitorizar la percepción de la marca en redes sociales.

9. Formación y desarrollo del equipo:

- Capacitación continua: asegurar que el equipo de redes sociales esté constantemente actualizado sobre las mejores prácticas y nuevas tendencias.
- Roles y responsabilidades: definir claramente los roles y responsabilidades dentro del equipo de medios sociales.



10. Evaluación y ajuste:

- Revisión continua: evaluar regularmente la estrategia de medios sociales y ajustarla según sea necesario para mejorar los resultados.
- Flexibilidad y adaptación: ser flexible para adaptarse a cambios en las tendencias de redes sociales, comportamientos de audiencia y algoritmos de plataformas.



ESQUEMA DE UN PLAN DE CONTENIDOS GENÉRICO



Desarrollar un plan de contenidos sólido es clave para la comunicación y el marketing en cualquier organización. Aquí tenemos un modelo de plan de contenidos detallado:

1. Evaluación y definición de objetivos:

- Análisis del estado actual: evaluar la presencia actual de la organización en términos de contenido.
- Objetivos del contenido: definir qué se espera lograr con el contenido (aumentar el conocimiento de la marca, generar leads, educar al cliente, etc.).
- Alineación con objetivos de la organización: asegurar que los objetivos de contenido apoyen los objetivos generales de la empresa.



2. Análisis de audiencia y buyer persona:

- Identificación del público objetivo: definir quién es la audiencia para el contenido.
- Creación de buyer personas: desarrollar perfiles detallados de los clientes ideales.

3. Auditoría de contenido:

- Revisión de contenido existente: analizar lo que ya se ha publicado y su rendimiento.
- Identificación de brechas: descubrir qué falta o qué áreas necesitan mejora.



4. Estrategia de contenidos:

- Temáticas clave: determinar temas centrales que interesen a la audiencia y se alineen con la marca.
- Tipos de contenido: decidir los formatos (blogs, videos, infografías, podcasts, etc.).
- Línea editorial: establecer el tono, estilo y directrices de la marca.

5. Planificación y calendario editorial:

- Calendario de contenidos: crear un calendario con fechas de publicación planificadas.
- Asignación de responsabilidades: definir quién creará, revisará y aprobará el contenido.



6. Producción de contenido:

- Creación de contenido: redactar, diseñar y producir el contenido según lo planificado.
- Optimización SEO: asegurar que el contenido esté optimizado para buscadores.
- Revisión y aprobación: establecer un proceso para revisar y aprobar el contenido antes de su publicación.

7. Distribución y promoción:

- Canales de distribución: determinar dónde se publicará y compartirá el contenido (redes sociales, email, blog, etc.).
- Estrategias de promoción: utilizar técnicas como SEO, publicidad pagada, y email marketing para promover el contenido.



8. Medición y análisis:

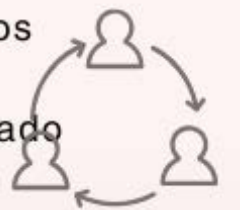
- Establecimiento de KPIs: definir indicadores clave de rendimiento para evaluar el éxito.
- Análisis de rendimiento: revisar regularmente el rendimiento del contenido para entender su impacto.
- Ajustes basados en datos: hacer ajustes en la estrategia según los resultados obtenidos.

9. Actualización y reciclaje de contenido:

- Revisión periódica del contenido: actualizar y mejorar el contenido existente.
- Reciclaje de contenido: reutilizar contenido antiguo en nuevos formatos o para nuevas audiencias.

10. Comunicación interna:

- Involucramiento de empleados: fomentar que los empleados compartan y contribuyan al contenido.
- Transparencia en la estrategia: mantener al equipo informado sobre la estrategia y los resultados de contenido.



ESQUEMA DE UN PLAN PARA UN CALENDARIO EDITORIAL GENÉRICO



Crear un calendario editorial efectivo es esencial para planificar y gestionar la producción de contenido de una organización de manera organizada y estratégica. Desarrollamos un proyecto de calendario editorial detallado:

1. Definición de objetivos y audiencia:

- Establecer objetivos claros para el contenido, como aumentar el tráfico web, mejorar el engagement, educar a la audiencia o generar leads.
- Identificar y analizar a la audiencia objetivo para comprender sus necesidades, preferencias y los tipos de contenido que más valoran.



2. Revisión de recursos disponibles:

- Evaluar los recursos disponibles, incluyendo equipo humano (redactores, diseñadores, editores), herramientas tecnológicas y presupuesto para la creación de contenido.

3. Selección de canales de distribución:

- Decidir en qué plataformas se publicará el contenido (blog corporativo, redes sociales, newsletters, ...), basándose en dónde se encuentra la audiencia objetivo y los objetivos establecidos.



4. Tipos de contenido y temáticas:

- Definir los tipos de contenido a crear (artículos, videos, infografías, podcasts, etc.) y las temáticas que se abordarán, alineadas con los intereses de la audiencia y los objetivos de la organización.

5. Elaboración del calendario editorial:

- Crear un calendario que detalle cuándo se publicará cada pieza de contenido, considerando factores como eventos relevantes para la audiencia, lanzamientos de productos, fechas festivas, etc.
- Asignar responsabilidades específicas para cada tarea relacionada con la producción y publicación de contenido.



6. Proceso de creación de contenido:

- Establecer un flujo de trabajo para la creación, revisión y aprobación de contenido, incluyendo plazos para cada etapa y herramientas de colaboración para el equipo.

7. Estrategias de promoción:

- Planificar cómo se promocionará el contenido en cada canal para maximizar su alcance y engagement, incluyendo publicidad pagada, email marketing, SEO y estrategias de redes sociales.

8. Medición y análisis:

- Definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el éxito del contenido, como vistas de página, tiempo de permanencia, compartidos en redes sociales, y conversión.
- Establecer un proceso para revisar regularmente el rendimiento del contenido y ajustar la estrategia según sea necesario.



9. Revisión y actualización periódica del calendario:

- Programar revisiones periódicas del calendario editorial para realizar ajustes basados en el rendimiento del contenido, cambios en las prioridades de la organización o tendencias emergentes en la industria.

10. Integración y sincronización con otras actividades de marketing:

- Asegurarse de que el calendario editorial esté integrado y sincronizado con otras actividades de marketing y eventos importantes de la organización para una coherencia en todos los canales.



ESQUEMA DE UN PLAN PARA UN PROYECTO DE EMPLOYER BRANDING GENÉRICO



El employer branding, o marca empleadora, es esencial para atraer y retener el talento adecuado. Aquí presentamos un proyecto detallado para desarrollar una estrategia de employer branding aplicable a la mayoría de las organizaciones:

1. Evaluación inicial y objetivos:

- Análisis de la situación actual: evaluar la percepción actual de la empresa como empleador.
- Definición de objetivos: establecer metas claras para la estrategia de employer branding (por ejemplo, mejorar la percepción de la marca, atraer talento específico, reducir la rotación de empleados, ...).
- Alineación con la cultura y valores corporativos: asegurarse de que la estrategia de employer branding refleje la cultura y los valores de la empresa.



2. Investigación y análisis:

- Encuestas internas: obtener feedback de los empleados actuales sobre su experiencia laboral.
- Análisis de competencia: estudiar las estrategias de employer branding de competidores.
- Investigación de mercado: comprender las expectativas y preferencias del talento objetivo.



3. Desarrollo de la propuesta de valor del empleador:

- Identificación de atributos clave: qué hace única a la empresa como lugar de trabajo.
- Creación de mensajes clave: desarrollar mensajes que resalten los atributos únicos y atractivos para los empleados potenciales.

4. Estrategias de comunicación y marketing:

- Canales de comunicación: selección de canales adecuados para llegar al público objetivo (redes sociales, sitio web de carreras, ferias de empleo, etc.).
- Campañas de marketing: diseñar campañas para promover la marca de empleador.
- Creación de contenido: desarrollar contenido que refleje la vida en la empresa (testimonios de empleados, día en la vida, logros de la empresa).



5. Programas de desarrollo y bienestar del empleado:

- Iniciativas de desarrollo: ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional.
- Programas de bienestar: implementar programas que mejoren la calidad de vida en el trabajo.

6. Incorporación y experiencia del empleado:

- Proceso de onboarding: crear una experiencia positiva y acogedora para los nuevos empleados.
- Feedback continuo: establecer mecanismos para recibir y actuar según el feedback de los empleados.



7. Medición y análisis del impacto:

- Establecimiento de KPIs: definir indicadores clave de rendimiento para medir el éxito de la estrategia.
- Monitorización y evaluación: revisar regularmente el progreso y ajustar la estrategia según sea necesario.

8. Ajustes y mejora continua:

- Revisión periódica: evaluar y ajustar la estrategia de employer branding basada en feedback y resultados.
- Innovación y tendencias: mantenerse al tanto de las tendencias en employer branding y adaptar la estrategia.

9. Comunicación interna y compromiso:

- Comunicación regular: mantener a los empleados informados y comprometidos con la estrategia.
- Embajadores de la marca: fomentar que los empleados se conviertan en embajadores de la empresa.



ESQUEMA DE UN PLAN DE EMBAJADORES DE MARCA INTERNOS GENÉRICO



Un programa de embajadores de marca internos puede ser una herramienta poderosa para mejorar la moral del empleado, fortalecer la cultura corporativa y amplificar el mensaje de la marca. Aquí tenemos un proyecto detallado para implementarlo:

1. Definición de objetivos y estrategia:

- Objetivos del programa: definir qué se espera lograr con los embajadores de marca internos (mejora del compromiso de los empleados, alcance de marketing, atracción de talento, ...).
- Estrategia de implementación: establecer cómo se integrará el programa con la estrategia global de marketing y comunicación de la empresa.

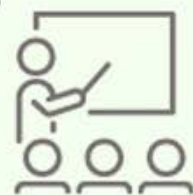
2. Identificación y selección de embajadores:

- Criterios de selección: definir los criterios para seleccionar a los embajadores (entusiasmo por la marca, habilidades de comunicación, influencia interna, ...).
- Proceso de selección: implementar un proceso justo y transparente para la selección, que puede incluir nominaciones, aplicaciones o selección directa.



3. Formación y desarrollo:

- Programa de formación: desarrollar un programa de formación para equipar a los embajadores con conocimientos sobre la marca, habilidades de comunicación y redes sociales.
- Recursos de apoyo: proporcionar materiales y herramientas para ayudar a los embajadores a comunicar eficazmente el mensaje de la marca.

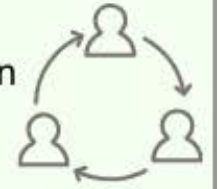


4. Creación de contenido y mensajes:

- Lineamientos de contenido: desarrollar guías sobre el tipo de contenido y mensajes que los embajadores deben compartir.
- Creación colaborativa: involucrar a los embajadores en la creación de ideas y contenido para promover la marca.

5. Comunicación y compromiso interno:

- Canales de comunicación: establecer canales de comunicación efectivos entre los embajadores y el equipo de marketing/RRHH.
- Fomento del compromiso: crear iniciativas y eventos que fomenten la interacción y el compromiso entre los embajadores.



6. Reconocimiento y motivación:

- Sistema de recompensas: implementar un sistema de reconocimiento y recompensas para motivar y agradecer a los embajadores.
- Retroalimentación positiva: asegurar que los embajadores reciban retroalimentación positiva y constructiva regularmente.

7. Medición y evaluación del impacto:

- Establecimiento de métricas: definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el éxito del programa.
- Evaluación continua: realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto y hacer ajustes según sea necesario.



8. Promoción y visibilidad externa:

- Visibilidad en redes sociales: animar a los embajadores a compartir su experiencia y conocimientos de la marca en sus redes personales.
- Participación en eventos: involucrar a los embajadores en eventos de la empresa y del sector para aumentar la visibilidad.

9. Gestión de comunidad:

- Creación de una comunidad: fomentar una comunidad entre los embajadores para compartir mejores prácticas, experiencias y retroalimentación.
- Actividades de construcción de comunidad: organizar eventos regulares, reuniones y actividades de team building.

10. Adaptabilidad y evolución:

- Flexibilidad del programa: estar abierto a adaptar el programa basado en feedback y resultados.
- Desarrollo continuo: buscar maneras continuas de mejorar y expandir el programa de embajadores.

ESQUEMA DE UN PLAN DE FORMACIÓN GENÉRICO



Crear un plan de formación eficaz es crucial para el desarrollo de habilidades y la mejora continua en cualquier organización. A continuación, tenemos un proyecto detallado para un plan de formación:

1. Evaluación de necesidades de formación:

- Análisis de competencias: identificar habilidades y competencias clave necesarias para cada rol.
- Encuestas y entrevistas: recoger feedback de empleados y gerentes sobre necesidades de formación.
- Revisión de objetivos organizacionales: alinear necesidades de formación con objetivos y estrategias de la empresa.

2. Definición de objetivos de formación:

- Objetivos específicos: establecer metas claras y medibles para el programa de formación.
- Alineación con objetivos empresariales: garantizar que los objetivos de formación apoyen los objetivos generales de la empresa.



3. Desarrollo del contenido del programa:

- Selección de temas: basado en las necesidades de formación identificadas.
- Diseño instruccional: crear materiales y recursos didácticos eficaces.
- Diversificación de métodos de formación: combinar diferentes métodos como e-learning, talleres presenciales, aprendizaje práctico, etc.



4. Planificación logística:

- Cronograma de formación: establecer un calendario para las sesiones de formación.
- Recursos necesarios: determinar recursos como salones, tecnología, materiales, etc.
- Instructores: seleccionar internos o externos con experiencia y conocimientos adecuados.

5. Implementación del plan de formación:

- Lanzamiento del programa: comunicar el plan a los empleados y motivar la participación.
- Ejecución de sesiones de formación: realizar las sesiones según el cronograma.
- Soporte continuo: proporcionar recursos y asistencia durante el proceso de formación.



6. Evaluación y feedback:

- Evaluaciones periódicas: medir el progreso y la comprensión de los participantes.
- Encuestas de satisfacción: recopilar opiniones de los empleados sobre la efectividad de la formación.
- Análisis de resultados: evaluar cómo la formación ha impactado en el rendimiento y las competencias.



7. Actualización y mejora continua:

- Revisión del contenido: actualizar regularmente el material de formación para mantenerlo relevante.
- Innovación en métodos de formación: incorporar nuevas tecnologías y enfoques pedagógicos.
- Ajustes basados en feedback: modificar el plan según las necesidades y sugerencias de los empleados.

8. Integración con desarrollo profesional:

- Planes de carrera: vincular la formación con oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional.
- Reconocimiento de logros: certificar o reconocer la finalización de cursos o programas.

9. Comunicación y marketing interno:

- Promoción del plan de formación: comunicar la importancia y los beneficios de la formación.
- Historias de éxito: compartir casos de éxito y testimonios para motivar la participación.



ESQUEMA DE UN PLAN DE FORMACIÓN EN SOFT SKILLS GENÉRICO



Desarrollar un plan de formación en soft skills (habilidades blandas) que responda a las demandas del mercado laboral es esencial para mejorar la empleabilidad de los individuos y la eficiencia organizacional. Aquí vemos un proyecto estructurado para este fin:

1. Identificación de soft skills clave:

- Análisis de tendencias del mercado: realizar un análisis de las tendencias actuales del mercado laboral para identificar las soft skills más demandadas por empleadores en diversas industrias.
- Selección de habilidades: elegir un conjunto de soft skills clave para el programa de formación, como comunicación efectiva, trabajo en equipo, pensamiento crítico, liderazgo, gestión del tiempo, adaptabilidad y creatividad.



2. Diseño del programa de formación:

- Desarrollo de contenidos: crear materiales de formación interactivos y atractivos para cada una de las soft skills seleccionadas, incluyendo casos prácticos, ejercicios interactivos y evaluaciones.
- Metodología de formación: definir la metodología pedagógica, privilegiando enfoques participativos como el aprendizaje basado en proyectos, talleres prácticos y simulaciones.

3. Implementación de plataformas de aprendizaje:

- Plataforma e-learning: seleccionar o desarrollar una plataforma de aprendizaje en línea que permita la fácil distribución del contenido, el seguimiento del progreso de los participantes y la interacción entre estudiantes y formadores.
- Modalidades de aprendizaje: incorporar diferentes modalidades de aprendizaje, incluyendo sesiones presenciales (si es posible), webinars en vivo y recursos de aprendizaje autodirigido.



4. Piloto y recolección de feedback:

- Implementación piloto: lanzar una versión piloto del programa con un grupo reducido de participantes para evaluar la efectividad de la formación y la plataforma de aprendizaje.
- Análisis de feedback: recoger y analizar el feedback de los participantes y formadores para identificar áreas de mejora en el contenido, la metodología y la plataforma de aprendizaje.

5. Ajustes y optimización:

- Mejoras en el programa: realizar los ajustes necesarios en el programa de formación basados en el análisis del pilotaje, optimizando los contenidos y la metodología de enseñanza.
- Personalización del aprendizaje: desarrollar mecanismos para personalizar la experiencia de aprendizaje según las necesidades específicas de los participantes y las demandas de sus roles organizacionales.



6. Lanzamiento del programa:

- Implementación a escala: lanzar el programa de formación en soft skills a escala completa, abriendo la inscripción para todos los empleados relevantes o individuos interesados.
- Promoción del programa: utilizar canales internos y externos para promocionar el programa de formación, destacando su valor y los beneficios de participar.

7. Seguimiento y evaluación continua:

- Monitoreo del progreso: establecer un sistema para monitorear el progreso y la participación de los estudiantes en el programa, utilizando datos de la plataforma de aprendizaje.
- Evaluación de impacto: diseñar y aplicar evaluaciones para medir el impacto de la formación en las soft skills desarrolladas y su aplicación práctica en el entorno laboral.



8. Mejora y escalabilidad:

- Análisis de resultados: revisar regularmente los resultados del programa para identificar éxitos y áreas de mejora.
- Actualización y escalabilidad: actualizar los contenidos del programa según las cambiantes demandas del mercado y explorar oportunidades para escalar y expandir el programa a nuevos públicos o sectores.



ESQUEMA DE UN PLAN DE TELETRABAJO Y/O TRABAJO HÍBRIDO GENÉRICO



Implementar un plan de teletrabajo y/o trabajo híbrido eficaz es fundamental en el contexto laboral actual, donde la flexibilidad y la adaptabilidad son clave para el éxito y bienestar de los empleados. Este es un ejemplo de proyecto estructurado para desarrollar e implementar este tipo de plan en organizaciones:

1. Evaluación de viabilidad y necesidades:

- **Análisis de puestos de trabajo:** identificar qué roles son aptos para teletrabajo o modalidad híbrida, basándose en las tareas y responsabilidades.
- **Encuestas a empleados:** recoger opiniones y preferencias de los empleados sobre el teletrabajo y trabajo híbrido para entender sus necesidades.



2. Definición de objetivos:

- **Objetivos específicos:** establecer metas claras para el plan, como mejorar la satisfacción y productividad de los empleados, reducir costos de infraestructura, o aumentar la retención de talento.
- **Metas medibles:** definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el éxito del plan.

3. Desarrollo de políticas y directrices:

- **Elaboración de políticas:** crear un documento de políticas que detalle los criterios de elegibilidad, expectativas de disponibilidad, responsabilidades de los empleados, y normas de seguridad de la información.
- **Directrices de implementación:** desarrollar guías para la transición hacia el teletrabajo o el modelo híbrido, incluyendo capacitaciones, adaptación de espacios de trabajo y gestión del cambio.



4. Infraestructura y soporte tecnológico:

- **Evaluación de tecnología:** determinar las necesidades tecnológicas para soportar el teletrabajo, incluyendo software de comunicación, gestión de proyectos y seguridad de la información.
- **Provisión de equipos:** definir la política de provisión de equipos y soporte tecnológico a los empleados, ya sea proporcionando equipos o definiendo estándares para el equipo personal.



5. Comunicación y colaboración:

- **Herramientas de comunicación:** implementar herramientas que faciliten la comunicación y colaboración efectiva entre equipos, como plataformas de mensajería instantánea, videoconferencia y herramientas colaborativas.
- **Fomento de la cultura de colaboración:** promover prácticas que mantengan el sentido de equipo y pertenencia, como reuniones virtuales regulares y eventos de team building online.



6. Formación y desarrollo:

- **Formación en teletrabajo:** ofrecer formación a los empleados sobre mejores prácticas de teletrabajo, gestión del tiempo, y bienestar personal.
- **Formación para supervisores:** entrenar a los supervisores en la gestión de equipos remotos, incluyendo técnicas de liderazgo a distancia, comunicación efectiva y evaluación del desempeño.



7. Evaluación y monitorización:

- **Seguimiento regular:** establecer mecanismos de seguimiento y evaluación regular del desempeño y bienestar de los empleados en modalidad de teletrabajo o híbrida.
- **Recogida de feedback:** implementar canales para recoger la retroalimentación continua de los empleados sobre el plan de teletrabajo, identificando áreas de mejora.

8. Ajustes y mejoras continuas:

- **Revisión del plan:** realizar revisiones periódicas del plan de teletrabajo/trabajo híbrido para realizar los ajustes necesarios en función de los resultados obtenidos y el feedback de los empleados.
- **Flexibilidad y adaptabilidad:** mantenerse abierto a adaptaciones en el plan para responder a cambios en el entorno laboral, tecnológico y las necesidades de la organización y sus empleados.



9. Bienestar y equilibrio vida-trabajo:

- **Iniciativas de bienestar:** desarrollar programas de bienestar que apoyen a los empleados en teletrabajo, enfocándose en la salud mental, ergonomía del espacio de trabajo y equilibrio vida-trabajo.
- **Espacios de desconexión:** promover prácticas que permitan a los empleados desconectar fuera de horas de trabajo para evitar el agotamiento.

ESQUEMA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA GENÉRICO



Un plan de comunicación interna robusto y bien estructurado es crucial para cualquier organización, ya que facilita una mejor comprensión de las políticas, procedimientos y la cultura organizacional, promueve la cohesión del equipo, y mejora la moral y la productividad de los empleados. Aquí tenemos un proyecto detallado:

1. Evaluación de necesidades y análisis de la situación actual:

- Diagnóstico inicial: realizar encuestas y entrevistas con empleados de diferentes niveles y departamentos para entender las necesidades actuales de comunicación, identificar brechas y áreas de mejora.
- Análisis de herramientas y canales existentes: evaluar la efectividad de los canales y herramientas de comunicación interna ya utilizados por la organización.



2. Definición de objetivos de la comunicación interna:

- Establecimiento de metas claras: definir objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales (SMART) para la comunicación interna, como mejorar el entendimiento de los objetivos corporativos, incrementar el engagement de los empleados, o fomentar una cultura de feedback abierto.

3. Identificación del público objetivo:

- Segmentación de la audiencia: clasificar a los empleados por departamento, función, nivel jerárquico, y ubicación para personalizar la comunicación según las necesidades y preferencias de cada grupo.

4. Desarrollo de estrategias y tácticas:

- Planificación de contenidos: crear un calendario editorial que detalle los temas, formatos y cronograma de distribución del contenido.
- Selección de canales: elegir los canales más efectivos para cada tipo de mensaje y audiencia, considerando email, intranet, boletines, reuniones virtuales y presenciales, tableros de anuncios, entre otros.
- Formación de embajadores de la comunicación: identificar y capacitar líderes de opinión internos en cada departamento que actúen como multiplicadores de la información.



5. Creación de mensajes clave:

- Desarrollo de mensajes: formular mensajes claros y coherentes que refuercen los valores y objetivos de la organización, y que sean adaptados para diferentes audiencias internas.

6. Implementación del plan:

- Lanzamiento de iniciativas: iniciar la implementación de las tácticas de comunicación según el calendario establecido, asegurando la cobertura de todas las audiencias identificadas.
- Herramientas y recursos: asegurar la disponibilidad de todas las herramientas y recursos necesarios para la ejecución efectiva de las estrategias de comunicación.



7. Formación y empoderamiento del personal:

- Programas de formación: ofrecer talleres y recursos de formación para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados, incluyendo la escritura efectiva y la presentación oral.
- Cultura de comunicación abierta: fomentar un ambiente en el que se valore la comunicación bidireccional, invitando a los empleados a compartir ideas y feedback.

8. Medición y evaluación:

- Establecimiento de KPIs: definir indicadores clave de rendimiento para medir la efectividad de las comunicaciones internas, como tasas de apertura de emails, asistencia a reuniones, nivel de participación en encuestas y feedback.
- Recopilación de feedback: implementar métodos continuos para obtener retroalimentación de los empleados sobre la efectividad de la comunicación interna.



9. Ajustes y mejoras continuas:

- Revisión periódica: programar revisiones regulares del plan de comunicación interna para evaluar resultados, identificar oportunidades de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario.
- Innovación en comunicación: estar abierto a explorar nuevas herramientas y métodos de comunicación para adaptarse a las cambiantes necesidades y preferencias de los empleados.

10. Reporte y transparencia:

- Informes de progreso: compartir regularmente con la dirección y los empleados los avances en la implementación del plan de comunicación interna, los logros obtenidos y los desafíos enfrentados.

ESQUEMA DE UN PLAN DE CONCILIACIÓN GENÉRICO



Crear un plan de conciliación eficaz es fundamental para cualquier organización que aspire a mejorar el equilibrio entre la vida laboral y personal de sus empleados, aumentando así la satisfacción y la productividad. Proponemos un posible proyecto estructurado para desarrollar e implementar un plan de conciliación:

1. Diagnóstico y evaluación de necesidades:

- Encuestas y entrevistas: realizar encuestas y entrevistas anónimas con los empleados para comprender sus necesidades y percepciones actuales respecto a la conciliación laboral y personal.
- Análisis de datos: evaluar los datos recopilados para identificar las principales áreas que requieren atención y mejora.



2. Establecimiento de objetivos:

- Objetivos generales y específicos: definir claramente los objetivos del plan, que pueden incluir aumentar la satisfacción laboral, reducir el estrés, y mejorar la retención y atracción de talento.
- Metas cuantificables: establecer metas específicas y medibles para cada objetivo, con plazos claros para su consecución.

3. Desarrollo de estrategias y políticas:

- Flexibilidad horaria: introducir políticas de flexibilidad horaria, como jornadas flexibles, horario comprimido, y semana laboral reducida.
- Teletrabajo: desarrollar un programa de teletrabajo que permita a los empleados trabajar desde casa ciertos días a la semana o de manera permanente, según sea apropiado.
- Permiso familiar ampliado: ofrecer permisos por paternidad y maternidad extendidos y flexibles, así como permisos para el cuidado de familiares enfermos.
- Servicios de apoyo: implementar servicios de apoyo como guarderías en el lugar de trabajo o convenios con centros de cuidado infantil y de ancianos.



4. Implementación y comunicación:

- Plan de implementación: crear un cronograma para la implementación gradual de las políticas, identificando responsables y recursos necesarios.
- Campaña de comunicación: lanzar una campaña interna para informar a todos los empleados sobre el nuevo plan de conciliación, destacando los beneficios y cómo pueden acceder a las nuevas políticas.

5. Formación y formación:

- Formación de supervisores: organizar sesiones de capacitación para supervisores y gerentes sobre cómo gestionar equipos flexibles y apoyar las necesidades de conciliación de los empleados.
- Talleres para empleados: ofrecer talleres sobre gestión del tiempo, estrés y equilibrio vida-trabajo para ayudar a los empleados a aprovechar al máximo las políticas de conciliación.



6. Seguimiento y evaluación:

- Indicadores de éxito: establecer indicadores clave para medir el impacto del plan de conciliación en la organización, como la satisfacción de los empleados, tasas de retención, y niveles de productividad.
- Encuestas de seguimiento: realizar encuestas periódicas y grupos focales para recoger feedback de los empleados sobre la efectividad de las políticas implementadas y áreas de mejora.

7. Ajustes y mejoras continuas:

- Revisión regular: establecer un proceso de revisión periódica del plan de conciliación para realizar ajustes basados en los resultados obtenidos y el feedback de los empleados.
- Innovación en conciliación: mantenerse abierto a la adopción de nuevas prácticas y tecnologías que puedan contribuir a mejorar la conciliación entre la vida laboral y personal.



8. Institucionalización de la cultura de conciliación:

- Incorporación a la cultura organizacional: trabajar para que la conciliación se convierta en un valor central de la cultura organizacional, promoviendo el compromiso a todos los niveles.
- Reconocimiento y premios: implementar un sistema de reconocimiento para los departamentos y líderes que mejor implementen y promuevan las prácticas de conciliación dentro de la organización.

ESQUEMA DE UN PLAN DE ATRACCIÓN DE TALENTO GENÉRICO



Un plan de atracción de talento bien estructurado es crítico para asegurar que una organización pueda identificar, atraer y reclutar a los mejores candidatos. Aquí tenemos un proyecto detallado:

1. Análisis y evaluación de necesidades:

- Identificar las necesidades de talento actuales y futuras de la organización, evaluando las competencias y habilidades requeridas para lograr los objetivos estratégicos.
- Realizar un análisis de las posiciones difíciles de cubrir y de las áreas con alta rotación para enfocar esfuerzos.

2. Definición de la propuesta de valor para el empleado (EVP):

- Desarrollar una propuesta de valor clara y atractiva que destaque los beneficios de trabajar en la organización, incluyendo cultura, oportunidades de desarrollo, beneficios, equilibrio entre vida laboral y personal, etc.



3. Estrategia de marca empleadora:

- Construir y promover una marca empleadora fuerte que refleje la cultura y los valores de la organización, utilizando medios digitales, redes sociales, y eventos de reclutamiento.
- Implementar una estrategia de contenido que resalte historias de éxito, testimonios de empleados, y la cultura de la empresa.

4. Optimización del proceso de reclutamiento:

- Revisar y optimizar el proceso de reclutamiento para que sea eficiente, transparente y candidato-céntrico, reduciendo los tiempos de contratación y mejorando la experiencia del candidato.
- Incorporar herramientas tecnológicas como sistemas de seguimiento de candidatos (ATS) y plataformas de evaluación para automatizar y mejorar el proceso.



5. Estrategias de búsqueda y captación:

- Utilizar una combinación de métodos proactivos y reactivos para la búsqueda de talento, incluyendo networking, headhunting, publicación en portales de empleo, redes sociales profesionales como LinkedIn, y programas de referidos.
- Explorar asociaciones con universidades, escuelas de negocios, y organizaciones profesionales para captar talento emergente.



6. Programas de desarrollo y formación:

- Desarrollar programas de formación y desarrollo profesional que no solo atraigan a nuevos talentos sino que también fomenten el crecimiento interno, haciendo énfasis en las oportunidades de carrera dentro de la organización.

7. Inclusión y diversidad:

- Implementar prácticas de reclutamiento inclusivas para fomentar la diversidad en la fuerza laboral, reconociendo que equipos diversos e inclusivos impulsan la innovación y el rendimiento.

8. Estrategias de retención integradas:

- Diseñar estrategias de retención desde el inicio, asegurando que los nuevos empleados se integren efectivamente y se sientan valorados y comprometidos, lo que comienza con un sólido programa de onboarding.

9. Análisis de datos y métricas:

- Establecer métricas clave para evaluar la eficacia de las estrategias de atracción de talento, como el tiempo para cubrir vacantes, la tasa de aceptación de ofertas, y el rendimiento de los nuevos empleados.
- Utilizar análisis de datos para ajustar continuamente las estrategias y tácticas de atracción de talento.



10. Feedback y mejora continua:

- Recoger y analizar feedback regularmente tanto de candidatos como de nuevos empleados sobre el proceso de reclutamiento y la experiencia de onboarding.
- Implementar un ciclo de mejora continua basado en este feedback para ajustar y optimizar las estrategias de atracción de talento.



ESQUEMA DE UN PLAN DE ECOMMERCE GENÉRICO



Desarrollar un plan de comercio electrónico eficaz es esencial para las organizaciones que buscan aprovechar el potencial de las ventas online. A continuación, presentamos un proyecto detallado para un plan de comercio electrónico:

1. Análisis de situación y planificación:

- Evaluación del mercado: análisis del mercado objetivo, competencia y tendencias actuales.
- Definición de objetivos: establecer metas claras y medibles para el comercio electrónico (ventas, alcance de mercado, retención de clientes).
- Identificación del público objetivo: comprender a quién se dirige el negocio y sus necesidades.



2. Desarrollo de la plataforma de comercio electrónico:

- Elección de la plataforma: seleccionar entre soluciones como Shopify, Magento, WooCommerce, etc., basado en necesidades y presupuesto.
- Diseño y usabilidad: crear un sitio web que sea atractivo, fácil de usar y optimizado para móviles.
- Integración de sistemas: asegurar que el sitio web se integre con sistemas existentes (inventario, CRM, ERP).

3. Gestión de productos y servicios:

- Catálogo de productos: desarrollar una lista clara y detallada de productos/servicios.
- Información de productos: incluir descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y precios.
- Gestión de inventario: implementar sistemas para gestionar eficazmente el inventario.



4. Estrategias de marketing y ventas:

- SEO y marketing de contenidos: optimizar el sitio para motores de búsqueda y crear contenido relevante.
- Publicidad online: utilizar publicidad pagada (Google Ads, Facebook Ads) para atraer tráfico.
- Email marketing: desarrollar campañas de email para promociones, ofertas y novedades.



5. Logística y fulfillment:

- Opciones de envío: establecer opciones de envío claras y eficientes.
- Procesamiento de pedidos: asegurar un proceso eficiente desde la recepción hasta la entrega del pedido.
- Devoluciones y reembolsos: definir políticas claras y sencillas para devoluciones.



6. Experiencia del cliente:

- Servicio al cliente: implementar un sistema eficaz de atención al cliente (chat en vivo, soporte por correo electrónico, FAQ).
- Feedback de clientes: recoger y analizar opiniones de los clientes para mejorar la experiencia.
- Programas de fidelidad: crear programas para incentivar la repetición de compras.



7. Seguridad y cumplimiento legal:

- Seguridad de datos: implementar medidas de seguridad para proteger los datos de los clientes.
- Cumplimiento legal: asegurarse de cumplir con leyes de comercio electrónico, privacidad y protección de datos.

8. Análisis y mejora continua:

- KPIs y métricas: definir indicadores clave de rendimiento para medir el éxito.
- Análisis de datos: utilizar herramientas de análisis para mejorar decisiones y estrategias.
- Actualizaciones y mejoras: mantener el sitio web actualizado con las últimas tendencias y tecnologías.

9. Escalabilidad y crecimiento:

- Planes de expansión: considerar la expansión a nuevos mercados o la adición de nuevos productos.
- Alianzas estratégicas: formar alianzas con otras empresas para aumentar el alcance.



ESQUEMA DE UN PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN GENÉRICO



Un plan de internacionalización bien estructurado es clave para cualquier organización que busque expandirse en mercados extranjeros. Aquí podemos ver un proyecto detallado:

1. Evaluación y análisis inicial:

- Análisis interno: evaluar la capacidad actual de la empresa para internacionalizarse (recursos, experiencia, productos/servicios, ...).
- Análisis del mercado: investigar y seleccionar mercados potenciales en función de factores como tamaño, crecimiento, competencia, barreras de entrada, y compatibilidad cultural.

2. Definición de objetivos y estrategia:

- Objetivos de internacionalización: establecer metas claras y realistas (penetración en el mercado, cuota de mercado, volumen de ventas, ...).
- Estrategia de entrada: definir la estrategia de entrada al mercado (exportación directa/indirecta, franquicias, joint venture, subsidiarias, e-commerce, ...).



3. Análisis de mercado detallado:

- Investigación de mercado: realizar un estudio profundo del mercado objetivo (demanda, preferencias del consumidor, tendencias, regulaciones locales, ...).
- Análisis de competencia: evaluar a los competidores locales y otros jugadores internacionales en el mercado.



4. Adaptación de producto o servicio:

- Localización: adaptar el producto o servicio a las necesidades y expectativas culturales, legales y de mercado del país objetivo.
- Cumplimiento normativo: asegurar que los productos o servicios cumplan con las regulaciones y estándares locales.



5. Plan de marketing internacional:

- Estrategia de marketing: desarrollar una estrategia de marketing adaptada al mercado objetivo.
- Canales de distribución: elegir los canales de distribución más efectivos para el mercado.
- Promoción y publicidad: crear campañas promocionales y de publicidad adaptadas a la cultura local.



6. Logística y operaciones:

- Cadena de suministro: planificar y organizar la logística para el suministro de productos.
- Estrategia de producción: decidir si se produce localmente, se exporta, o se combina ambas estrategias.
- Asociaciones locales: establecer relaciones con socios locales, proveedores, y distribuidores.



7. Gestión financiera y riesgos:

- Planificación financiera: preparar proyecciones financieras incluyendo inversiones, ingresos esperados y costes.
- Gestión de riesgos: identificar y desarrollar estrategias para mitigar riesgos financieros, políticos y de cambio de divisas.

8. Recursos humanos y cultura organizativa:

- Equipo de gestión internacional: formar o contratar un equipo con experiencia en negocios internacionales y en el mercado objetivo.
- Formación y desarrollo: capacitar al personal sobre las prácticas comerciales, idioma y cultura del país objetivo.

9. Implementación y ejecución del plan:

- Cronograma: establecer un calendario detallado para la implementación del plan.
- Coordinación y supervisión: designar responsables para supervisar la ejecución en diferentes áreas.

10. Evaluación y ajuste:

- Monitorización y evaluación: seguir y evaluar el progreso en relación con los objetivos establecidos.
- Flexibilidad y adaptación: estar preparado para adaptar la estrategia y las operaciones basadas en los resultados y el feedback del mercado.



ESQUEMA DE UN PLAN DE INNOVACIÓN GENÉRICO



Un plan de innovación bien estructurado puede impulsar el crecimiento y la competitividad de cualquier organización. Aquí vemos cómo desarrollar un proyecto detallado de plan de innovación:

1. Evaluación Inicial y marco estratégico:

- Diagnóstico del estado actual: analizar la capacidad de innovación actual de la organización, incluyendo recursos, competencias y cultura existente.
- Definición de objetivos de innovación: establecer objetivos claros y medibles para el plan de innovación, alineados con la estrategia general de la empresa.



2. Análisis del entorno y tendencias:

- Investigación de mercado: estudiar las tendencias del mercado, las tecnologías emergentes y las prácticas innovadoras en la industria.
- Análisis competitivo: evaluar cómo los competidores y otras industrias están innovando.

3. Desarrollo de la estrategia de innovación:

- Estrategias de innovación abierta: considerar la colaboración con startups, universidades, y otros socios externos para impulsar la innovación.
- Estrategias de innovación interna: desarrollar programas para fomentar la innovación dentro de la organización, como hackathons, talleres de ideas y programas de intrapreneurship.



4. Modelos de Innovación y áreas de foco:

- Selección de modelos de innovación: decidir si la innovación se centrará en productos, procesos, modelos de negocio o una combinación de estos.
- Identificación de áreas de foco: seleccionar áreas específicas para la innovación basadas en el análisis del entorno, capacidades internas y objetivos estratégicos.

5. Gestión de proyectos de innovación:

- Metodologías ágiles: implementar metodologías ágiles para el desarrollo y ejecución de proyectos de innovación.
- Prototipado y pruebas: establecer procesos para la creación rápida de prototipos, pruebas y validación de ideas innovadoras.



6. Cultura de innovación y cambio organizacional:

- Fomento de una cultura innovadora: desarrollar una cultura que apoye la toma de riesgos, la experimentación y el aprendizaje continuo.
- Capacitación y desarrollo: ofrecer formación en habilidades relacionadas con la innovación y la creatividad.

7. Financiación de la innovación:

- Presupuesto para la innovación: asignar recursos financieros específicos para actividades de innovación.
- Fuentes de financiación alternativas: explorar opciones de financiación externa, como subvenciones, capital riesgo o crowdfunding.



8. Sistema de medición y evaluación:

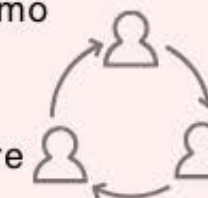
- Indicadores de rendimiento: establecer KPIs para medir el progreso y el impacto de las actividades de innovación.
- Revisión y ajuste: implementar un sistema de revisión continua para evaluar la efectividad de la estrategia de innovación y realizar ajustes según sea necesario.

9. Gestión del conocimiento:

- Sistemas de gestión del conocimiento: desarrollar sistemas para capturar y compartir el conocimiento generado a través de actividades de innovación.
- Aprendizaje organizacional: fomentar el aprendizaje de los éxitos y fracasos para mejorar continuamente los procesos de innovación.

10. Comunicación y participación:

- Comunicación interna: difundir logros y aprendizajes de la innovación dentro de la organización para mantener el entusiasmo y el compromiso.
- Involucramiento de stakeholders: mantener informados a los stakeholders clave, incluidos empleados, clientes y socios, sobre los esfuerzos de innovación y cómo pueden contribuir.



ESQUEMA DE UN PLAN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENÉRICO



Implementar la inteligencia artificial (IA) puede ofrecer ventajas significativas a las organizaciones, mejorando la eficiencia, la toma de decisiones y la innovación. A continuación, tenemos un proyecto detallado para un plan de implementación de la IA:

1. Evaluación y análisis inicial:

- Diagnóstico del estado actual: Analizar la madurez tecnológica actual de la organización y su capacidad para adoptar IA.
- Identificación de necesidades y oportunidades: determinar áreas donde la IA puede agregar valor, como la automatización de procesos, análisis de datos, atención al cliente, ...

2. Definición de objetivos y alcance:

- Establecimiento de objetivos: definir metas claras para la implementación de la IA (reducción de costes, mejora de la experiencia del cliente, innovación en productos/servicios).
- Delimitación del alcance: establecer los límites del proyecto, incluyendo las áreas a impactar, la tecnología a utilizar, y los recursos necesarios.



3. Planificación estratégica:

- Selección de tecnologías y herramientas de IA: escoger las tecnologías y plataformas de IA más adecuadas (machine learning, procesamiento del lenguaje natural, robótica, ...).
- Integración de sistemas: planificar cómo se integrarán estas tecnologías con los sistemas existentes.

4. Gestión del cambio y cultura organizacional:

- Preparación de la cultura organizacional: fomentar una cultura que apoye la innovación y la adaptación al cambio.
- Plan de gestión del cambio: desarrollar un plan para manejar la transición, incluyendo comunicación, formación y apoyo a los empleados.



5. Desarrollo de competencias y formación:

- Formación en IA: proporcionar formación y desarrollo de habilidades relacionadas con la IA al personal relevante.
- Contratación y/o colaboración: considerar la contratación de expertos en IA o colaborar con socios externos.

6. Implementación y pruebas piloto:

- Implementación por fases: desplegar la IA de manera gradual, comenzando con proyectos piloto en áreas seleccionadas.
- Monitorización y evaluación: evaluar el rendimiento y el impacto de estos proyectos piloto.



7. Análisis de datos y aprendizaje automático:

- Gestión de datos: asegurar la recopilación y el tratamiento adecuado de datos para alimentar los algoritmos de IA.
- Modelado y desarrollo de algoritmos: desarrollar y entrenar modelos de aprendizaje automático adecuados a las necesidades de la organización.

8. Integración a escala completa:

- Escalabilidad: tras los pilotos exitosos, planificar la implementación a mayor escala de las soluciones de IA.
- Integración continua: integrar progresivamente la IA en las operaciones y procesos de negocio.

9. Seguridad y ética de la IA:

- Seguridad de los sistemas de IA: implementar medidas para asegurar la integridad y seguridad de los sistemas de IA.
- Consideraciones éticas: asegurar que la implementación de la IA respete principios éticos y de privacidad.



10. Evaluación del impacto y mejora continua:

- Medición del rendimiento: utilizar KPIs para medir el impacto de la IA en la organización.
- Retroalimentación y ajustes: recopilar feedback y realizar ajustes continuos para optimizar la utilización de la IA.

ESQUEMA DE UN PLAN DE CIBERSEGURIDAD GENÉRICO



Un plan de ciberseguridad robusto es esencial para proteger la infraestructura crítica de la información y los datos de una organización frente a amenazas y vulnerabilidades. Aquí proponemos un proyecto detallado:

1. Evaluación de riesgos y análisis de vulnerabilidades:

- Realizar una auditoría de seguridad integral para identificar los activos críticos, evaluar las amenazas existentes y las posibles vulnerabilidades en los sistemas y procesos actuales.

2. Desarrollo de una estrategia de ciberseguridad:

- Basado en la evaluación de riesgos, desarrollar una estrategia de ciberseguridad que alinee las políticas, procedimientos y tecnologías de seguridad con los objetivos de negocio de la organización.

3. Políticas y procedimientos de seguridad:

- Formular y documentar políticas y procedimientos de seguridad claros que aborden áreas como control de acceso, gestión de identidades, uso de dispositivos móviles y trabajo remoto.

4. Formación y concienciación sobre ciberseguridad:

- Implementar programas de formación y sensibilización para trabajadores, centrados en las mejores prácticas de seguridad, reconocimiento de phishing, y seguridad de la información.

5. Fortalecimiento de la seguridad de la red y los sistemas:

- Aplicar medidas técnicas como firewalls, sistemas de detección y prevención de intrusiones (IDS/IPS), cifrado, y soluciones antivirus y antimalware.
- Realizar actualizaciones y parches de seguridad regularmente para asegurar que todos los sistemas estén protegidos contra vulnerabilidades conocidas.



6. Gestión de acceso e identidad:

- Implementar políticas de control de acceso mínimo y gestión de identidades para asegurar que solo los usuarios autorizados tengan acceso a la información y recursos críticos.



7. Respuesta a incidentes y recuperación ante desastres:

- Desarrollar y documentar un plan de respuesta a incidentes que incluya procedimientos de detección, reporte, contención, erradicación y recuperación.
- Crear un plan de recuperación ante desastres que asegure la continuidad del negocio en caso de un incidente de seguridad significativo.

8. Monitorización y revisión continua:

- Implementar herramientas de monitorización de seguridad para detectar actividades sospechosas y vulnerabilidades en tiempo real.
- Realizar auditorías de seguridad y pruebas de penetración regularmente para evaluar la eficacia de las medidas de seguridad implementadas.



9. Cumplimiento regulatorio:

- Asegurar que todas las actividades de ciberseguridad cumplan con las regulaciones y estándares de la industria relevantes (como GDPR, HIPAA, PCI-DSS).

10. Asociaciones con expertos en ciberseguridad:

- Establecer relaciones con consultores de seguridad, proveedores de servicios de seguridad gestionados (MSSP) y autoridades locales para mantenerse al tanto de las últimas tendencias y amenazas de seguridad.

11. Estrategia de seguridad para la nube y dispositivos móviles:

- Desarrollar políticas específicas para la seguridad en la nube y dispositivos móviles, abordando aspectos como la seguridad de datos en la nube, el uso de aplicaciones móviles y el BYOD (Bring Your Own Device).



12. Resiliencia cibernética:

- Fortalecer la capacidad de la organización para resistir y recuperarse de ataques cibernéticos a través de la redundancia de sistemas, copias de seguridad regulares y ensayos de recuperación ante desastres.

ESQUEMA DE UN PLAN DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES GENÉRICO



Un plan de protección de datos personales es esencial para cualquier organización que maneje información sensible. Aquí podemos ver un proyecto para desarrollar e implementar un plan efectivo:

1. Evaluación inicial y mapeo de datos:

- Realizar un inventario completo de los datos personales que la organización recopila, procesa y almacena.
- Clasificar los datos según su sensibilidad y determinar los requisitos legales aplicables.



2. Definición de objetivos y alcance:

- Establecer objetivos claros para la protección de datos personales, alineados con los requisitos legales (como GDPR, CCPA) y las mejores prácticas de la industria.
- Delimitar el alcance del plan, identificando los departamentos, procesos y sistemas implicados.

3. Desarrollo de políticas y procedimientos:

- Formular políticas de protección de datos que definan cómo se deben manejar y proteger los datos personales.
- Desarrollar procedimientos detallados para la recopilación, almacenamiento, acceso, transferencia y eliminación de datos personales.



4. Gestión de riesgos y análisis de vulnerabilidades:

- Realizar una evaluación de riesgos para identificar potenciales amenazas a la privacidad y seguridad de los datos.
- Implementar medidas para mitigar los riesgos identificados, como cifrado, control de acceso y auditorías de seguridad.

5. Formación y concienciación del personal:

- Desarrollar programas de formación para educar a los empleados sobre la importancia de la protección de datos y las políticas de la organización.
- Realizar sesiones de concienciación periódicas para mantener al personal informado sobre las prácticas seguras de manejo de datos.



6. Implementación de medidas técnicas y organizativas:

- Aplicar medidas técnicas como cifrado, autenticación multifactor y seguridad de red para proteger los datos personales.
- Establecer medidas organizativas, como la limitación del acceso a datos personales solo al personal autorizado.

7. Gestión de consentimientos y derechos de los interesados:

- Establecer mecanismos para obtener y gestionar el consentimiento de los sujetos de datos de manera clara y conforme a la ley.
- Implementar procedimientos para atender las solicitudes de los interesados en ejercer sus derechos (acceso, rectificación, supresión, etc.).



8. Respuesta a incidentes y brechas de seguridad:

- Desarrollar un plan de respuesta ante incidentes que incluya procedimientos para la detección, notificación y mitigación de brechas de datos.
- Realizar simulacros de incidentes para evaluar la preparación de la organización.

9. Revisión y auditoría regular:

- Establecer un programa de revisión y auditoría para asegurar el cumplimiento continuo con las políticas de protección de datos y la legislación aplicable.
- Identificar y corregir cualquier deficiencia o desviación en las prácticas de manejo de datos.

10. Documentación y registro:

- Mantener una documentación detallada de todas las actividades relacionadas con la protección de datos, incluyendo evaluaciones de riesgos, políticas implementadas y formación del personal.
- Documentar todas las solicitudes de los interesados y las acciones tomadas en respuesta.



ESQUEMA DE UN PLAN DE MARCA PERSONAL PARA UN EMPRENDEDOR GENÉRICO



Desarrollar una marca personal sólida es esencial para los emprendedores, ya que ayuda a diferenciarse en el mercado, construir credibilidad y atraer las oportunidades correctas. Presentamos un proyecto detallado para desarrollar un plan de marca personal:

1. Definición y autoconocimiento:

- Evaluación personal: realizar una evaluación honesta de las propias fortalezas, debilidades, pasiones y valores. Identificar lo que te hace único y qué puedes ofrecer que otros no puedan.
- Definición de objetivos: establecer objetivos claros y medibles para tu marca personal. ¿Quieres ser reconocido en tu industria, atraer clientes específicos, o posicionarte como experto en un tema particular?



2. Investigación y análisis de mercado:

- Análisis de competencia: investigar otras marcas personales en tu campo para entender cómo te puedes diferenciar.
- Identificación del público objetivo: definir claramente a quién va dirigida tu marca personal. Considerar demografía, intereses y problemas que tu marca personal puede resolver.

3. Desarrollo de la propuesta de valor:

- Creación de una propuesta de valor única: formular una propuesta de valor que comunique de manera clara y concisa qué te hace diferente y por qué alguien debería elegirte a ti sobre otros en el mercado.
- Historia de marca: desarrollar una narrativa personal que sea atractiva, auténtica y que resuene con tu audiencia objetivo.

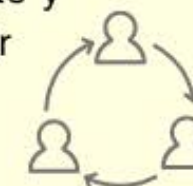


4. Creación de contenido y presencia online:

- Elección de plataformas: seleccionar plataformas digitales adecuadas para tu marca personal, como LinkedIn, Instagram, un blog personal o un sitio web.
- Plan de contenido: desarrollar un plan de contenido que alinee tu experiencia y conocimientos con los intereses de tu público objetivo. Incluir una mezcla de contenido educativo, informativo y de entretenimiento.

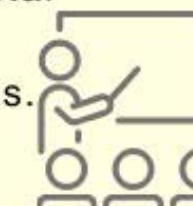
5. Networking y colaboraciones:

- Estrategia de networking: participar en eventos, conferencias y encuentros tanto online como offline donde puedas construir relaciones valiosas.
- Colaboraciones: buscar oportunidades para colaborar con otros profesionales y marcas que puedan complementar y enriquecer tu oferta.



6. Medición y ajuste:

- Establecimiento de KPIs: definir indicadores clave de rendimiento basados en tus objetivos, como crecimiento de seguidores, engagement, tráfico web, o leads generados.
- Evaluación y ajuste: revisar regularmente tu progreso y ajustar tu estrategia de marca personal según sea necesario. Ser flexible y estar dispuesto a experimentar con nuevas tácticas.



7. Crecimiento y desarrollo continuo:

- Formación continua: mantenerse al día con las últimas tendencias en tu industria y áreas de interés para continuar aportando valor a tu audiencia.
- Feedback: solicitar feedback regularmente para entender cómo perciben los demás tu marca personal y en qué áreas puedes mejorar.

8. Protección de la marca personal:

- Consistencia en la marca: asegurarte de que todos los elementos de tu marca personal, desde la comunicación visual hasta el tono de voz, sean coherentes en todas las plataformas.
- Gestión de la reputación online: monitorizar lo que se dice sobre ti en línea y responder de manera profesional a cualquier feedback negativo o críticas.



ESQUEMA DE UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD GENÉRICO



El desarrollo de un plan de sostenibilidad es crucial para cualquier organización que busque minimizar su impacto ambiental, mejorar su responsabilidad social y asegurar la viabilidad económica a largo plazo. Aquí presentamos un proyecto estructurado para crear e implementar un plan de sostenibilidad efectivo:

1. Compromiso y evaluación inicial:

- Compromiso de la dirección: conseguir el compromiso firme de la dirección y las partes interesadas clave para apoyar el desarrollo e implementación del plan de sostenibilidad.
- Diagnóstico de sostenibilidad: realizar un análisis de la situación actual de la organización en términos de prácticas ambientales, sociales y económicas para identificar áreas de mejora y oportunidades de impacto positivo.



2. Definición de visión y objetivos de sostenibilidad:

- Visión de sostenibilidad: definir una visión clara que describa lo que la organización espera lograr en términos de sostenibilidad.
- Objetivos y metas específicos: establecer objetivos claros y medibles en las áreas ambiental, social y económica, incluyendo plazos específicos para su logro.

3. Desarrollo de estrategias y acciones:

- Identificación de áreas clave: determinar áreas clave de enfoque basadas en la evaluación inicial y la relevancia para la organización y sus stakeholders.
- Plan de acción detallado: desarrollar estrategias y acciones específicas para cada objetivo de sostenibilidad, asignando responsabilidades, recursos y tiempos de implementación.



4. Integración en la operación y cultura organizacional:

- Políticas y procedimientos: revisar y, si es necesario, modificar políticas y procedimientos existentes para alinearlos con los objetivos de sostenibilidad.
- Formación y sensibilización: implementar programas de formación y sensibilización para empleados en todos los niveles sobre la importancia de la sostenibilidad y cómo pueden contribuir a través de sus roles.



5. Monitorización, medición y evaluación:

- Indicadores de rendimiento: definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear el progreso hacia los objetivos establecidos.
- Sistema de reporte: establecer un sistema para recopilar, analizar y reportar datos relacionados con la sostenibilidad de manera regular.

6. Comunicación y reporte:

- Estrategia de comunicación: desarrollar una estrategia de comunicación interna y externa que promueva los esfuerzos y logros en sostenibilidad de la organización.
- Reportes de sostenibilidad: preparar y publicar reportes de sostenibilidad anuales para compartir avances, desafíos y aprendizajes con partes interesadas internas y externas.



7. Revisión y mejora continua:

- Evaluación regular: realizar evaluaciones periódicas del plan de sostenibilidad para identificar áreas de mejora y ajustar estrategias y acciones según sea necesario.
- Adaptación a cambios externos: mantenerse informado sobre tendencias, regulaciones y mejores prácticas en sostenibilidad para adaptar el plan a cambios en el entorno externo.



8. Colaboraciones y alianzas estratégicas:

- Búsqueda de socios: identificar y establecer alianzas con otras organizaciones, instituciones educativas, ONGs y grupos comunitarios para colaborar en proyectos de sostenibilidad.
- Participación en iniciativas de sostenibilidad: unirse a iniciativas y redes de sostenibilidad locales, nacionales o internacionales para aprender, compartir experiencias y mejorar el impacto conjunto.

ESQUEMA DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) GENÉRICO



Implementar un plan de responsabilidad social empresarial (RSE) efectivo permite a las organizaciones contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente, a la vez que mejoran su reputación y competitividad. Aquí detallamos un proyecto para desarrollar e implementar un plan de RSE:

1. Compromiso de la dirección:

- Obtención del compromiso: asegurar el compromiso de la alta dirección para integrar la RSE en la estrategia corporativa.
- Creación de un equipo de RSE: formar un equipo dedicado a la RSE, con representantes de diferentes áreas de la organización.



2. Análisis y diagnóstico:

- Evaluación de impacto: realizar un análisis de impacto para identificar cómo las operaciones de la organización afectan a la sociedad y al medio ambiente.
- Identificación de stakeholders: mapear y clasificar a los stakeholders relevantes, incluyendo empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y el medio ambiente.

3. Definición de objetivos y áreas de enfoque:

- Objetivos de RSE: establecer objetivos claros y medibles para la estrategia de RSE, alineados con los valores de la empresa y las expectativas de los stakeholders.
- Selección de áreas de enfoque: Determinar las áreas prioritarias para la intervención de RSE, como medio ambiente, prácticas laborales justas, involucramiento comunitario y gobernanza ética.



4. Desarrollo de estrategias y programas:

- Programas específicos: diseñar programas y proyectos específicos para cada área de enfoque de RSE seleccionada.
- Integración en la operación: planificar cómo se integrarán las iniciativas de RSE en las operaciones diarias y decisiones estratégicas de la organización.

5. Implementación:

- Lanzamiento de iniciativas: poner en marcha los programas de RSE, comenzando con proyectos piloto cuando sea posible.
- Comunicación interna y externa: informar a todos los stakeholders sobre las iniciativas de RSE y cómo pueden participar o beneficiarse de ellas.

6. Formación y sensibilización:

- Formación de empleados: implementar programas de formación para empleados sobre la importancia de la RSE y cómo contribuyen sus roles a los objetivos de RSE.
- Campañas de sensibilización: realizar campañas para promover la conciencia sobre los temas de RSE entre empleados, clientes y la comunidad.



7. Monitorización y evaluación:

- Sistemas de monitorización: establecer sistemas para monitorizar el progreso y medir el impacto de las actividades de RSE.
- Evaluaciones regulares: realizar evaluaciones periódicas para revisar la efectividad de las iniciativas de RSE y hacer ajustes según sea necesario.

8. Reporte y comunicación de resultados:

- Reportes de RSE: desarrollar y publicar reportes periódicos de RSE que muestren los logros, desafíos y aprendizajes.
- Transparencia: asegurar la transparencia en la comunicación de los esfuerzos y resultados de RSE a todos los stakeholders.



9. Mejora continua:

- Feedback de stakeholders: recoger y analizar el feedback de los stakeholders para mejorar continuamente las estrategias y programas de RSE.
- Innovación en RSE: estar abierto a explorar nuevas ideas y prácticas que puedan mejorar la contribución de la organización a la sociedad y al medio ambiente.



ESQUEMA DE UN PLAN DE TESORERÍA GENÉRICO



Desarrollar un plan de tesorería sólido es esencial para gestionar eficazmente los flujos de efectivo, asegurar la liquidez y financiar las operaciones y crecimiento de cualquier emprendimiento u organización. Aquí podemos un ejemplo de proyecto estructurado para crear e implementar un plan de tesorería efectivo:

1. Evaluación financiera inicial:

- Análisis de situación actual: realiza un diagnóstico financiero para comprender el estado actual de las finanzas de la organización, incluyendo flujos de efectivo, deudas, inversiones y reservas disponibles.
- Identificación de necesidades financieras: determina las necesidades financieras a corto, medio y largo plazo, considerando los objetivos estratégicos de la organización.



2. Establecimiento de políticas de tesorería:

- Políticas de cobro y pago: define políticas claras para la gestión de cobros y pagos, optimizando los ciclos de efectivo y manteniendo una liquidez adecuada.
- Gestión de riesgos: desarrolla estrategias para mitigar riesgos financieros, incluyendo el riesgo de tipo de cambio, de tasa de interés y de crédito.

3. Planificación de flujos de efectivo:

- Presupuesto de efectivo: elabora un presupuesto detallado de flujos de efectivo, proyectando ingresos y egresos para identificar periodos de déficit o superávit de liquidez.
- Proyecciones financieras: realiza proyecciones financieras a largo plazo para planificar inversiones, financiamiento y crecimiento sostenible.



4. Herramientas y sistemas de tesorería:

- Selección de software de tesorería: elige e implementa un sistema de gestión de tesorería que permita un seguimiento eficiente de los flujos de efectivo, análisis de datos y reportes financieros.
- Automatización y procesos: automatiza procesos de tesorería para mejorar la eficiencia, reducir errores y liberar recursos para tareas de mayor valor.

5. Estrategias de optimización de liquidez:

- Gestión de capital de trabajo: implementa estrategias para optimizar el capital de trabajo, mejorando la gestión de inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Opciones de inversión y financiación: evalúa opciones de inversión para excedentes de liquidez y opciones de financiación para cubrir déficits, seleccionando las más adecuadas en términos de costo y riesgo.



6. Plan de acción para escenarios de crisis:

- Fondo de emergencia: establece un fondo de emergencia para cubrir imprevistos y asegurar la continuidad operativa en tiempos de crisis.
- Planes de contingencia: desarrolla planes de contingencia financiera para diferentes escenarios adversos, como crisis económicas, desastres naturales o interrupciones del mercado.

7. Monitorización y ajustes continuos:

- Revisión regular de flujos de efectivo: monitoriza los flujos de efectivo de manera regular para identificar desviaciones respecto al presupuesto y realizar ajustes oportunos.
- Evaluación periódica de la estrategia: revisa y ajusta la estrategia de tesorería basándose en el rendimiento financiero, cambios en el mercado y nuevas oportunidades o desafíos.

8. Formación y comunicación:

- Formación del equipo: ofrece formación continua al equipo de tesorería y finanzas sobre las mejores prácticas, herramientas y tendencias en gestión financiera.
- Comunicación interna y externa: asegura una comunicación efectiva sobre la situación financiera y estrategia de tesorería a stakeholders clave, incluyendo dirección, empleados, inversores y entidades financieras.



ESQUEMA DE UN PLAN DE IGUALDAD GENÉRICO



Un plan de igualdad efectivo es fundamental para promover la equidad de género y la diversidad en el lugar de trabajo, mejorando así el ambiente laboral, la creatividad, la productividad y la reputación de la organización. Aquí desarrollamos un proyecto estructurado para el desarrollo e implementación de un plan de igualdad:

1. Compromiso y concienciación:

- Compromiso de la dirección: asegurar el compromiso firme de la alta dirección con el plan de igualdad, reconociendo su importancia estratégica.
- Sensibilización de la plantilla: realizar campañas de sensibilización para toda la organización, destacando la importancia de la igualdad y la diversidad en el lugar de trabajo.

2. Diagnóstico y análisis:

- Auditoría interna: realizar un diagnóstico de la situación actual de la organización en términos de igualdad de género y diversidad, analizando estructuras, procesos y prácticas.
- Encuestas y grupos focales: utilizar encuestas y grupos focales para recoger percepciones y experiencias del personal sobre igualdad, discriminación y diversidad.



3. Definición de objetivos y estrategias:

- Objetivos específicos: establecer objetivos claros y medibles para el plan de igualdad, basados en los resultados del diagnóstico.
- Desarrollo de estrategias: diseñar estrategias para alcanzar los objetivos establecidos, contemplando diferentes áreas como reclutamiento, promoción, formación, conciliación y cultura organizacional.

4. Elaboración del plan de igualdad:

- Acciones y medidas: definir acciones concretas y medidas prácticas para implementar las estrategias de igualdad, asignando responsabilidades y recursos.
- Cronograma de implementación: desarrollar un cronograma detallado para la implementación de las acciones, con plazos y hitos claros.



5. Formación:

- Programas de formación: implementar programas de formación para todo el personal en temas de igualdad, no discriminación y diversidad.
- Formación específica para líderes: ofrecer formación específica para gerentes y líderes sobre cómo promover la igualdad y gestionar equipos diversos.

6. Implementación y seguimiento:

- Puesta en marcha de acciones: iniciar la implementación de las acciones del plan de igualdad según el cronograma establecido.
- Monitorización continua: establecer mecanismos para el seguimiento continuo de la implementación del plan y el progreso hacia los objetivos.



7. Evaluación y mejora:

- Evaluación de resultados: realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las acciones del plan de igualdad y el grado de avance hacia los objetivos.
- Retroalimentación y ajustes: utilizar la evaluación y el feedback de los empleados para hacer ajustes en el plan y las acciones, promoviendo la mejora continua.

8. Comunicación y difusión:

- Comunicación interna: mantener informado al personal sobre los avances y logros del plan de igualdad, fomentando su participación y compromiso.
- Difusión externa: compartir los compromisos, acciones y progresos de la organización en materia de igualdad con stakeholders externos, mejorando la imagen y reputación de la empresa.



9. Integración y sostenibilidad:

- Integración en la cultura organizacional: trabajar para que la igualdad y la diversidad se integren de manera sostenible en la cultura organizacional y en todos los procesos y políticas de la empresa.
- Planes de acción futuros: planificar la revisión y actualización periódica del plan de igualdad para adaptarse a los cambios internos y externos y asegurar su relevancia y efectividad a largo plazo.

ESQUEMA DE UN PLAN DE GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE GENÉRICO



Desarrollar un plan de gestión de la incertidumbre es esencial para cualquier emprendedor u organización en el dinámico entorno empresarial actual. Este plan ayuda a prepararse y responder de manera efectiva a eventos inesperados y cambios en el mercado. Aquí vemos un proyecto estructurado para crear e implementar dicho plan:

1. Evaluación de riesgos y análisis de escenarios:

- Identificación de riesgos: realizar una identificación exhaustiva de riesgos potenciales que podrían impactar a la organización, incluyendo financieros, operacionales, de mercado, tecnológicos, y geopolíticos.
- Análisis de escenarios: desarrollar varios escenarios futuros, tanto positivos como negativos, para entender cómo diferentes eventos podrían afectar a la organización.



2. Establecimiento de objetivos de resiliencia:

- Definición de resiliencia: clarificar lo que significa la resiliencia para la organización en términos de capacidad para absorber shocks, adaptarse y recuperarse de eventos adversos.
- Objetivos de resiliencia: establecer objetivos claros y medibles para mejorar la resiliencia organizacional frente a la incertidumbre.

3. Desarrollo de estrategias de mitigación y adaptación:

- Estrategias de mitigación: diseñar estrategias para mitigar los riesgos identificados, reduciendo la probabilidad o el impacto de eventos adversos.
- Estrategias de adaptación: desarrollar planes de adaptación que permitan a la organización ajustarse rápidamente a cambios en el entorno.



4. Planificación de la continuidad del negocio:

- Planes de continuidad: crear planes de continuidad del negocio para garantizar que las operaciones críticas puedan continuar o reanudarse rápidamente después de un evento disruptivo.
- Recursos de emergencia: identificar y asegurar recursos clave necesarios para la recuperación, incluyendo financiación de emergencia, tecnología y personal.

5. Establecimiento de sistemas de monitorización y alerta temprana:

- Monitorización del entorno: implementar sistemas de monitorización continuo del entorno externo e interno para detectar señales tempranas de cambios o eventos disruptivos.
- Sistema de alerta temprana: establecer mecanismos de alerta temprana para informar rápidamente a la dirección sobre posibles amenazas.



6. Formación:

- Formación en gestión de la incertidumbre: ofrecer formación a empleados y directivos sobre cómo gestionar la incertidumbre, incluyendo toma de decisiones bajo incertidumbre y técnicas de gestión de crisis.
- Simulacros: realizar ejercicios y simulacros regulares para probar y mejorar la preparación de la organización frente a escenarios adversos.

7. Comunicación y gestión de stakeholders:

- Plan de comunicación: desarrollar un plan de comunicación para informar a los stakeholders sobre cómo la organización está preparada para manejar la incertidumbre y eventos adversos.
- Gestión de stakeholders: mantener una comunicación efectiva y transparente con empleados, clientes, proveedores y otros stakeholders críticos durante y después de eventos disruptivos.



8. Revisión y ajuste continuo:

- Revisión periódica: establecer un proceso de revisión regular del plan de gestión de la incertidumbre para reflejar cambios en el entorno empresarial y lecciones aprendidas de eventos pasados.
- Mejora continua: fomentar una cultura de mejora continua, adaptabilidad y aprendizaje organizacional para fortalecer la resiliencia frente a la incertidumbre.



ESQUEMA DE UN PLAN DE TRANSPARENCIA GENÉRICO



Desarrollar un plan de transparencia es fundamental para cualquier emprendedor u organización que busque fomentar la confianza de sus stakeholders, mejorar la gestión interna y potenciar su reputación. Aquí podemos ver un proyecto estructurado para la creación e implementación de un plan de transparencia:

1. Compromiso y evaluación inicial:

- Compromiso de la dirección: obtener un compromiso explícito y firme de la dirección y todos los niveles de liderazgo hacia la transparencia como valor fundamental de la organización.
- Evaluación de la transparencia actual: realizar un diagnóstico de las prácticas actuales de transparencia, identificando áreas de fortaleza y oportunidades de mejora.

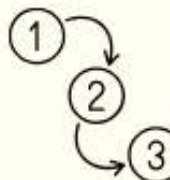


2. Definición de objetivos y estrategia:

- Objetivos de transparencia: establecer objetivos claros y medibles para el plan de transparencia, tales como mejorar el acceso a la información, aumentar la rendición de cuentas y fomentar la participación de los stakeholders.
- Desarrollo de la estrategia: crear una estrategia detallada que aborde cómo se alcanzarán los objetivos, incluyendo políticas, procedimientos y prácticas específicas.

3. Desarrollo de políticas y procedimientos:

- Políticas de transparencia: desarrollar y documentar políticas de transparencia que establezcan claramente el compromiso de la organización con la apertura y la rendición de cuentas.
- Procedimientos de acceso a la información: implementar procedimientos que faciliten el acceso a la información por parte de los stakeholders, definiendo qué información será pública, cómo se accederá a ella y los tiempos de respuesta.



4. Implementación de sistemas y tecnologías:

- Plataformas de transparencia: seleccionar e implementar tecnologías y plataformas que apoyen la transparencia, como sistemas de gestión de documentos, portales de transparencia y plataformas de datos abiertos.
- Capacitación tecnológica: formar al personal en el uso eficaz de estas tecnologías para garantizar que la información sea accesible y comprensible.

5. Comunicación y difusión:

- Plan de comunicación: desarrollar un plan de comunicación para informar a los stakeholders internos y externos sobre las políticas y prácticas de transparencia, y cómo pueden acceder a la información.
- Iniciativas de difusión: lanzar iniciativas específicas para promover la transparencia, como informes anuales, boletines y eventos de participación ciudadana.



6. Formación y sensibilización:

- Programas de formación: implementar programas de formación para empleados y directivos sobre la importancia de la transparencia, las políticas de la organización y cómo contribuyen a la transparencia en sus roles.
- Cultura de transparencia: fomentar una cultura organizacional que valore la transparencia, la honestidad y la apertura, haciendo de estas prácticas un estándar en todas las actividades.



7. Monitorización y evaluación:

- Indicadores de transparencia: establecer indicadores clave para monitorizar el progreso y evaluar el impacto de las iniciativas de transparencia.
- Mecanismos de retroalimentación: crear mecanismos para recoger la retroalimentación de los stakeholders sobre la efectividad de las políticas y prácticas de transparencia.

8. Revisión y mejora continua:

- Revisión regular del plan: programar revisiones periódicas del plan de transparencia para identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios.
- Adaptación a cambios: ser adaptable a los cambios en el entorno legal, tecnológico y social para asegurar que el plan de transparencia se mantenga relevante y efectivo.



ESQUEMA DE UN PLAN DE MEJORA DEL CLIMA LABORAL GENÉRICO



Desarrollar un plan de mejora del clima laboral es fundamental para cualquier organización que busque aumentar la satisfacción, motivación y productividad de sus empleados, así como reducir la rotación y atraer talento. Presentamos un proyecto estructurado para mejorar el clima laboral:

1. Diagnóstico y análisis:

- Encuestas de clima laboral: realizar encuestas anónimas para evaluar la percepción actual de los empleados sobre el clima laboral, identificando áreas de fortaleza y aspectos a mejorar.
- Grupos focales y entrevistas: complementar las encuestas con grupos focales y entrevistas para obtener una comprensión más profunda de las preocupaciones y sugerencias de los empleados.



2. Definición de objetivos y prioridades:

- Análisis de resultados: evaluar los resultados de las encuestas, grupos focales y entrevistas para identificar tendencias y temas comunes.
- Establecimiento de objetivos: definir objetivos específicos y medibles para la mejora del clima laboral, priorizando las áreas que tendrán un mayor impacto en la satisfacción y productividad de los empleados.

3. Desarrollo del plan de acción:

- Estrategias de mejora: desarrollar estrategias dirigidas a las áreas identificadas, que pueden incluir mejora en la comunicación interna, reconocimiento y recompensas, oportunidades de desarrollo profesional, balance vida-trabajo, entre otros.
- Planes de acción específicos: elaborar planes de acción detallados para cada estrategia, asignando responsables, recursos necesarios y plazos de implementación.



4. Comunicación del plan:

- Estrategia de comunicación: desarrollar una estrategia de comunicación para informar a todos los empleados sobre los esfuerzos de mejora del clima laboral, reforzando el compromiso de la dirección con el bienestar de los trabajadores.
- Retroalimentación continua: fomentar la retroalimentación continua de los empleados durante todo el proceso, asegurando que se sientan escuchados y valorados.

5. Implementación y seguimiento:

- Implementación de acciones: poner en marcha las acciones planificadas, asegurando que se ejecuten según lo previsto y ajustando según sea necesario.
- Monitorización continuo: establecer mecanismos de seguimiento para evaluar el progreso de las acciones implementadas y su impacto en el clima laboral.



6. Evaluación y ajustes:

- Evaluación de resultados: realizar evaluaciones periódicas del clima laboral mediante encuestas de seguimiento y otros métodos para medir el impacto de las acciones implementadas.
- Ajustes basados en feedback: utilizar los resultados de la evaluación para realizar ajustes en el plan de acción, abordando nuevas áreas de mejora y reforzando las estrategias exitosas.

7. Reconocimiento y celebración:

- Reconocimiento de logros: reconocer y celebrar los logros y mejoras en el clima laboral, destacando las contribuciones de equipos y empleados individuales.
- Cultura de apreciación: fomentar una cultura de apreciación y reconocimiento continuo para mantener altos niveles de motivación y compromiso.



8. Sostenibilidad y mejora continua:

- Incorporación en la cultura organizacional: trabajar para que las mejoras en el clima laboral se incorporen en la cultura organizacional, asegurando su sostenibilidad a largo plazo.
- Procesos de mejora continua: establecer procesos de revisión y mejora continua del clima laboral, adaptándose a los cambios en la organización y en el entorno de trabajo.



ESQUEMA DE UN PLAN DE INTEGRACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE GENÉRICO



Desarrollar un plan de integración de la experiencia del cliente es esencial para las empresas que buscan mejorar la satisfacción, lealtad y valor de vida del cliente. Este plan debe estar centrado en entender y satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en cada punto de contacto. Presentamos un proyecto estructurado para la integración efectiva de la experiencia del cliente:

1. Comprensión del cliente:

- Mapa de la experiencia del cliente: desarrollar un mapa detallado de la experiencia del cliente, identificando todos los puntos de contacto con la marca, desde la conciencia inicial hasta la post-compra y el soporte.
- Investigación y segmentación del cliente: realizar investigaciones para comprender profundamente las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes, segmentando el mercado para personalizar las estrategias de experiencia del cliente.



2. Diseño de la estrategia de experiencia del cliente:

- Definición de objetivos: establecer objetivos claros para la experiencia del cliente, alineados con los objetivos generales de la empresa.
- Desarrollo de estrategias personalizadas: crear estrategias para cada etapa del viaje del cliente, asegurando que se entregue una experiencia coherente, personalizada y de alta calidad.

3. Implementación de tecnología:

- Plataformas de gestión de la relación con el cliente (CRM): implementar soluciones CRM avanzadas para recopilar, analizar y gestionar datos del cliente, facilitando una visión 360 grados de cada cliente.
- Herramientas de análisis y automatización: utilizar herramientas de análisis de datos y automatización para entender mejor el comportamiento del cliente y automatizar las interacciones personalizadas.



4. Capacitación y cultura organizacional:

- Programas de formación: desarrollar programas de formación para todo el personal en principios de experiencia del cliente, enfocándose en cómo contribuir positivamente en cada punto de contacto.
- Fomento de una cultura centrada en el cliente: promover una cultura organizacional que priorice la experiencia del cliente, asegurando que todos los empleados comprendan su rol en la entrega de experiencias excepcionales.

5. Comunicación y personalización:

- Estrategias de comunicación personalizada: implementar estrategias de comunicación que se adapten a las preferencias y comportamientos de los segmentos de clientes, utilizando los canales más efectivos para cada grupo.
- Experiencias personalizadas: utilizar los datos del cliente para crear experiencias altamente personalizadas en cada punto de contacto, mejorando la satisfacción y la lealtad.



6. Medición y análisis:

- Indicadores clave de desempeño (KPIs): definir KPIs claros para medir la efectividad de las estrategias de experiencia del cliente, incluyendo satisfacción del cliente, Net Promoter Score (NPS), retención y valor de vida del cliente.
- Análisis continuo: realizar análisis continuos para evaluar el rendimiento en relación con los KPIs, identificando áreas de mejora y ajustando las estrategias según sea necesario.



7. Feedback y mejora continua:

- Sistemas de feedback del cliente: implementar mecanismos para recoger feedback regular del cliente, como encuestas de satisfacción, grupos focales y plataformas de revisión en línea.
- Ciclos de mejora continua: utilizar el feedback del cliente para iniciar ciclos de mejora continua, ajustando procesos, estrategias y puntos de contacto para mejorar constantemente la experiencia del cliente.

8. Integración y alineación organizacional:

- Alineación interdepartamental: asegurar que todos los departamentos estén alineados y comprometidos con la estrategia de experiencia del cliente, trabajando juntos para entregar una experiencia cohesiva y sin fisuras.
- Gestión del cambio: gestionar el cambio efectivamente para integrar las nuevas prácticas de experiencia del cliente en la operación diaria de la empresa, asegurando la adaptación y el compromiso de todos los empleados.



ESQUEMA DE UN PLAN DE LUCHA CONTRA LOS SESGOS GENÉRICO



Crear un entorno organizacional inclusivo y libre de sesgos requiere un enfoque sistemático y comprometido. Aquí presentamos un proyecto integral para abordar y minimizar los sesgos en las organizaciones:

1. Compromiso y sensibilización:

- Alto compromiso directivo: obtener un compromiso firme y visible de la alta dirección hacia la creación de un entorno laboral inclusivo y la lucha activa contra los sesgos.
- Campañas de sensibilización: desarrollar y desplegar campañas internas para aumentar la conciencia sobre los sesgos inconscientes y sus impactos negativos en la organización.

2. Evaluación y diagnóstico inicial:

- Auditorías de diversidad e inclusión: realizar auditorías internas para identificar áreas donde los sesgos puedan estar afectando decisiones y comportamientos (reclutamiento, promociones, evaluaciones de desempeño).
- Encuestas y focus groups: utilizar encuestas y grupos focales para recoger percepciones y experiencias de los empleados relacionadas con la diversidad, inclusión y sesgos en el lugar de trabajo.



3. Formación y educación:

- Talleres de sensibilización sobre sesgos: implementar talleres interactivos y sesiones de formación para todos los empleados, enfocándose en la identificación y mitigación de sesgos inconscientes.
- Formación específica para líderes: ofrecer formación especializada para gerentes y líderes sobre cómo liderar equipos diversos y cómo implementar prácticas de gestión libres de sesgos.

4. Revisión de políticas y procedimientos:

- Revisión de prácticas de RR.HH.: examinar y revisar las prácticas de recursos humanos, desde la contratación hasta la promoción y evaluación, para asegurar que sean justas y libres de sesgos.
- Desarrollo de políticas inclusivas: crear o actualizar políticas organizacionales que promuevan activamente la inclusión y diversidad y prohíban la discriminación y el acoso.



5. Implementación de herramientas y estrategias de mitigación:

- Herramientas para la toma de decisiones desbiasadas: implementar herramientas y procesos, como checklists y procedimientos estandarizados, para ayudar a los empleados a tomar decisiones libres de sesgos.
- Sistemas de feedback y reporte: establecer sistemas transparentes y accesibles para que los empleados puedan reportar incidentes relacionados con sesgos o discriminación y recibir feedback constructivo.

6. Promoción de la diversidad y la inclusión:

- Programas de mentoría y patrocinio: crear programas de mentoría y patrocinio que apoyen el desarrollo de empleados de grupos subrepresentados.
- Iniciativas de diversidad e inclusión: lanzar y apoyar iniciativas y grupos de recursos de empleados que fomenten un entorno laboral diverso e inclusivo.



7. Monitorización, evaluación y ajuste:

- Seguimiento y evaluación continua: establecer métricas e indicadores para monitorizar el progreso en la lucha contra los sesgos y la promoción de la inclusión.
- Procesos de ajuste y mejora: utilizar los datos recopilados para realizar ajustes continuos en las estrategias y tácticas, asegurando una mejora constante.



8. Comunicación y transparencia:

- Comunicación regular: mantener una comunicación abierta y transparente con todos los empleados sobre los esfuerzos y avances en la lucha contra los sesgos y la promoción de la diversidad e inclusión.
- Celebración de logros: reconocer y celebrar los logros y éxitos en la construcción de un entorno más inclusivo y libre de sesgos.

9. Creación de una cultura de inclusión sostenible:

- Liderazgo inclusivo: fomentar un estilo de liderazgo que modele y promueva activamente comportamientos inclusivos y la apreciación de la diversidad.
- Integración en la cultura organizacional: trabajar para que la diversidad, inclusión y la lucha contra los sesgos se integren plenamente en la cultura organizacional, influenciando positivamente todas las áreas y decisiones.



ELEMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL



La cultura organizacional es un sistema complejo de normas, valores, creencias, actitudes y prácticas compartidas que definen el carácter y el comportamiento de una organización. Aquí podemos ver una lista exhaustiva y detallada de los elementos que comúnmente forman parte de la cultura organizacional:

1. Valores fundamentales:

- Creencias centrales que guían el comportamiento y las decisiones en la organización.
- Principios éticos que definen lo que es importante para la organización.



2. Normas y expectativas de comportamiento:

- Reglas no escritas sobre cómo se espera que los empleados interactúen y se comporten.
- Expectativas sobre profesionalismo, comunicación y colaboración.

3. Prácticas y rutinas:

- Procedimientos cotidianos y formas de hacer las cosas.
- Rituales y tradiciones que refuerzan la identidad de la organización.

4. Símbolos y lenguaje:

- Logotipos, lemas y otros símbolos visuales que representan a la organización.
- Jerga, acrónimos y lenguaje específico que utilizan los miembros de la organización.



5. Historias y mitos:

- Relatos compartidos sobre el pasado de la organización, éxitos significativos y fracasos memorables.
- Mitos fundacionales y anécdotas que transmiten valores y lecciones.

6. Estructura organizacional:

- Diseño de la organización que define jerarquías, roles y relaciones de autoridad.
- Niveles de centralización o descentralización en la toma de decisiones.



7. Políticas y procedimientos:

- Reglas formales y directrices que gobiernan las operaciones y la conducta en la organización.
- Políticas de recursos humanos relacionadas con contratación, evaluación y promoción.

8. Sistemas de recompensas y reconocimiento:

- Mecanismos para recompensar el desempeño y comportamientos alineados con los valores de la organización.
- Sistemas de incentivos, premios y reconocimientos.

9. Entorno físico:

- Diseño y disposición de los espacios de trabajo.
- Elementos decorativos y la funcionalidad de las instalaciones que reflejan la cultura de la organización.



10. Estilo de liderazgo:

- Comportamientos y prácticas de los líderes que influyen en la cultura de la organización.
- Estilos de liderazgo que promueven la participación, la autonomía o la autoridad centralizada.

11. Comunicación organizacional:

- Estilos y canales de comunicación predominantes dentro de la organización.
- Apertura y transparencia en la comunicación entre diferentes niveles de la organización.

12. Relaciones de poder e influencia:

- Distribución del poder y cómo se ejerce la influencia dentro de la organización.
- Dinámicas de poder entre grupos e individuos.

13. Adaptabilidad y gestión del cambio:

- Capacidad de la organización para adaptarse a cambios externos e internos.
- Actitudes hacia la innovación, el riesgo y el aprendizaje continuo.



14. Compromiso y motivación del empleado:

- Nivel de compromiso y motivación de los empleados con su trabajo y la organización.
- Sentido de pertenencia y satisfacción laboral.

15. Diversidad e inclusión:

- Enfoques y prácticas para promover la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo.
- Reconocimiento y valoración de las diferencias individuales y culturales.

ESQUEMA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL GENÉRICO



Desarrollar y fortalecer la cultura organizacional es esencial para alinear a los empleados con los valores, misión y visión de la empresa, mejorando la motivación, el compromiso y el rendimiento general. Presentamos un proyecto estructurado para cultivar una cultura organizacional positiva y dinámica:

1. Diagnóstico de la cultura actual:

- Evaluación cultural: realizar encuestas, entrevistas y focus groups para evaluar la cultura organizacional existente, identificando percepciones, valores actuales, prácticas y áreas de mejora.
- Análisis de brechas: comparar los hallazgos con la cultura organizacional deseada para identificar brechas y áreas prioritarias de intervención.



2. Definición de la cultura deseada:

- Visión de la cultura organizacional: desarrollar una visión clara de la cultura deseada que refleje la misión, visión y valores fundamentales de la organización, en colaboración con la dirección y los empleados.
- Objetivos culturales: establecer objetivos específicos y medibles para la cultura organizacional, incluyendo comportamientos, actitudes y prácticas clave que se desean promover.

3. Diseño del plan de acción:

- Estrategias de implementación: diseñar estrategias y acciones específicas para cerrar las brechas identificadas y mover la cultura actual hacia la cultura deseada.
- Planes de comunicación: desarrollar un plan de comunicación para difundir la visión cultural, objetivos y estrategias a todos los niveles de la organización.



4. Desarrollo de liderazgo y formación:

- Formación en liderazgo: formar a los líderes y gerentes en prácticas de liderazgo que refuercen la cultura deseada, incluyendo la gestión del cambio, la comunicación efectiva y el liderazgo ético.
- Programas de formación para empleados: implementar programas de formación y desarrollo para empleados que fomenten valores culturales, habilidades de colaboración y compromiso con la misión de la organización.



5. Reforzamiento de valores a través de políticas y prácticas:

- Revisión de políticas: alinear las políticas y procedimientos de recursos humanos (contratación, evaluación de desempeño, promociones, ...) con la cultura deseada.
- Reconocimiento y recompensas: establecer sistemas de reconocimiento y recompensa que refuercen los comportamientos y valores culturales deseados.

6. Comunicación y participación:

- Campañas de sensibilización: lanzar campañas internas para promover la visión cultural, destacando historias de éxito y ejemplos de comportamientos modelo.
- Espacios de diálogo: crear foros y espacios para que los empleados puedan expresarse, compartir ideas y participar activamente en la construcción de la cultura.



7. Monitorización, evaluación y ajustes:

- Indicadores de cultura organizacional: definir indicadores clave para monitorear la evolución de la cultura organizacional y medir el progreso hacia los objetivos culturales.
- Evaluaciones periódicas: realizar evaluaciones periódicas de la cultura organizacional utilizando encuestas de clima, entrevistas de salida y otros métodos de feedback.

8. Mejora continua;

- Retroalimentación continua: fomentar un sistema de retroalimentación continua donde los empleados puedan compartir sus percepciones y sugerencias sobre la cultura organizacional.
- Ajustes basados en feedback: utilizar los resultados de las evaluaciones y la retroalimentación de los empleados para realizar ajustes y mejoras continuas en el plan de cultura organizacional.



9. Integración y sostenibilidad:

- Integración de la cultura en las operaciones: asegurar que los valores y prácticas culturales estén integrados en todas las operaciones y decisiones de la organización.
- Cultura como parte del ADN organizacional: trabajar para que la cultura deseada se convierta en una parte intrínseca del ADN de la organización, modelada y vivida diariamente por todos los empleados.

ESQUEMA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE UN PRODUCTO O SERVICIO GENÉRICO



Este plan ofrece un marco para el desarrollo de un producto o servicio, asegurando que se aborden tanto las necesidades del mercado como las expectativas de los usuarios finales, y se establezcan las bases para el éxito a largo plazo en el mercado.

1. Definición y análisis:

- Identificación de necesidades: realizar estudios de mercado y análisis de la competencia para identificar necesidades insatisfechas dentro de una amplia gama de industrias.
- Definición del alcance: establecer los objetivos, metas y alcance del proyecto, incluyendo el público objetivo, los requisitos funcionales y no funcionales del producto o servicio.



2. Diseño y planificación:

- Diseño conceptual: crear bocetos iniciales o maquetas del producto o servicio, definiendo su apariencia, funcionamiento y cómo satisface las necesidades identificadas.
- Planificación del proyecto: desarrollar un plan detallado que incluya cronogramas, asignación de recursos, presupuesto, hitos críticos y estrategias de mitigación de riesgos.

3. Desarrollo y prototipado:

- Desarrollo de prototipos: construir un prototipo funcional o una versión inicial del servicio para testear conceptos y recoger feedback temprano.
- Pruebas iniciales: realizar pruebas de concepto con usuarios potenciales para evaluar la usabilidad, funcionalidad y el valor proporcionado por el producto o servicio.



4. Validación y mejora:

- Iteración basada en feedback: refinar el prototipo o servicio basándose en la retroalimentación recibida, ajustando características y funcionalidades según sea necesario.
- Validación del mercado: verificar la aceptación del mercado mediante pruebas más extensas con una muestra más amplia de usuarios finales.

5. Producción y lanzamiento:

- Preparación para el lanzamiento: finalizar el desarrollo del producto o servicio, asegurando que cumpla con todos los requisitos y estándares de calidad.
- Estrategia de lanzamiento al mercado: desarrollar y ejecutar una estrategia de lanzamiento que incluya marketing, ventas y distribución.



6. Implementación y escalamiento:

- Monitoreo post-lanzamiento: establecer un sistema para monitorear la adopción del producto o servicio, recoger feedback continuo y medir el rendimiento contra los KPIs definidos.
- Escalamiento: basándose en el éxito inicial, planificar y ejecutar estrategias de escalamiento, incluyendo expansión de mercado, desarrollo de características adicionales y optimización de procesos.



7. Evaluación y retroalimentación continua:

- Evaluación del proyecto: realizar una evaluación post-mortem del proyecto para identificar lecciones aprendidas, éxitos y áreas de mejora.
- Innovación y actualización continua: fomentar una cultura de innovación continua para mejorar el producto o servicio con nuevas características y adaptaciones según las tendencias del mercado y las necesidades cambiantes de los usuarios.



Etapas del desarrollo de un producto

Marketing Digital



- **Ideación:** se puede realizar un brainstorming para obtener ideas para el producto. Habrá posteriormente que depurar las ideas.
- **Definición:** análisis del alcance y perfeccionamiento del producto.
- **Prototipo:** en esta etapa se creará un prototipo partiendo de una representación visual.
- **Diseño inicial:** Producción del modelo inicial.
- **Validación:** validación del producto y prueba de desarrollo.
- **Comercialización:** puesta a disposición del producto en los canales comerciales.

Etapas del desarrollo de un producto

Marketing Digital

Ideación

- Mercado objetivo
- Productos similares
- Funcionalidad
- Análisis DAFO
- Método SCAMPER



Definición

- Análisis de negocio
- Propuesta de valor
- Métricas de éxito
- Estrategia marketing



Prototipo

- Riesgos del mercado
- Estrategia desarrollo
- Análisis viabilidad
- Producto mínimo viable



Diseño inicial

- Materiales
- Stakeholders
- Comentarios iniciales



Validación

- Desarrollo y pruebas
- Interfaz de usuario
- Pruebas marketing



Comercialización

- Desarrollo producto
- Lanzamiento



* **SCAMPER** es el acrónimo de los conceptos de Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otro uso, eliminar y Reorganizar.

12 FORMAS EN LAS QUE PINTEREST PUEDE AYUDAR A UN EMPRENDEDOR

Aprender



Todo Emprendedor tiene que estar aprendiendo de forma constante, Pinterest te puede ayudar en este sentido.

Enseñar



Según William Glasser la mejor forma de aprender es enseñar, puedes aprovechar Pinterest para enseñar a los demás.

Ideas



Una de las formas en las que el uso habitual de Pinterest puede ayudar a un Emprendedor es las ideas que podemos obtener de esta red.

Red de contactos



Disponer de una buena red de contactos es básico para un Emprendedor, Pinterest nos permite hacerla crecer.

Conocer empresas



Si aumentamos el número de empresas que conocemos, tenemos más posibilidades de poder dar a conocer a la nuestra.

Difusión de contenidos



El marketing de contenidos es imprescindible para un Emprendedor, sin duda, Pinterest debe de ser una pieza fundamental para ello.

Marca personal



Disponer de una buena marca personal es importante para un Emprendedor, Pinterest nos puede ayudar a difundirla.

Información



Estar informado es una de las obligaciones diarias de un Emprendedor, sin duda, Pinterest ayuda en esta tarea.

Visibilidad



La visibilidad del Emprendedor es básica para la supervivencia en el mundo digital, Pinterest es una pieza importante para ello.

Canal publicitario



Pinterest puede utilizarse como canal para la publicidad de los productos o servicios que ofrece el Emprendedor al mercado.

Tráfico a la web



Los pines en Pinterest pueden enlazarse a la web de la empresa, lo que permite aumentar el tráfico a ésta.

Ventas



La consecuencia habitual de los puntos anteriores es el posible aumento de ventas de la empresa del Emprendedor.



ALGUNAS ENCUESTAS DE INTERÉS

Aptitud vs. Actitud

- Esta es una de las preguntas cuya respuesta ha evolucionado más en los últimos años.
- Antes era la aptitud el componente más importante, ahora es la actitud.
- Recuerda que adquirir nuevas aptitudes es "relativamente" sencillo, mientras que cambiar actitudes es muy complicado.

Encuesta 1



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 mes · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Acertar con la persona adecuada en un proceso de selección resulta cada vez más complicado, ¿qué es más importante actitud o aptitud?

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#competencias](#) [#recursos humanos](#) [#selección](#)

¿Qué consideras que es más importante a la hora de contratar una persona para tu empresa?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



222 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

Redes sociales

- Tener una presencia adecuada en los medios sociales es importante.
- La visibilidad es una de las consecuencias más importantes.
- Sin ser visible, casi nadie te va a conocer, y por tanto, las posibilidades de que alguien se ponga en contacto contigo para un trabajo o proyecto son casi nulas.

Encuesta 2



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 mes • 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Las redes sociales ya llevan mucho tiempo entre nosotros y cada vez se integran más en las empresas. La pregunta es si es importante revisar las redes de los candidatos en los procesos de selección. Espero tus comentarios.

[#encuesta](#) [#reclutamiento](#) [#rrhh](#) [#recursos humanos](#) [#selección de personal](#)
[#socialmedia](#)

¿Es importante analizar las redes sociales de los candidatos en los procesos de selección de personal?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

58%

No

42%

207 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Marca personal 1

- La marca personal es importante para el desarrollo de tu carrera profesional.
- De hecho, es el elemento más importante para ello.
- Y es que tanto el currículum, como el perfil de LinkedIn forman parte de la marca.

Encuesta 3



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 semana •

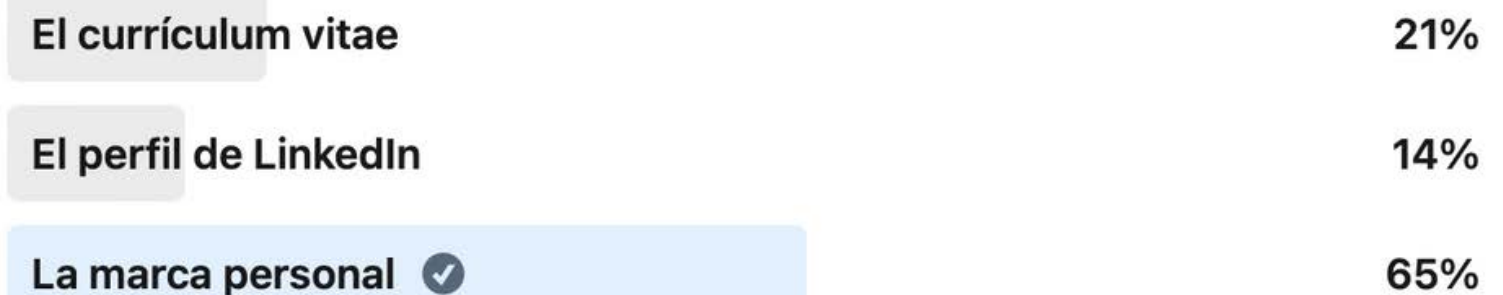
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Desde hace tiempo llevo diciendo que los tres elementos más importantes para la carrera profesional son: el currículum, el perfil de LinkedIn y la marca personal, pero, ¿cuál es el más importante si tuvieras que elegir uno? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#marcapersonal](#) [#orientaciónlaboral](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#empleo](#) [#trabajo](#) [#carreraprofesional](#)

A la hora de tener una buena carrera profesional ¿Qué instrumento considera que es más importante?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



277 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Marca personal 2

- Parece que como hemos visto en la pregunta anterior, la marca personal es fundamental en el desarrollo de la carrera profesional.
- A pesar de ello, parece que la mayoría de los profesionales todavía no le dan la importancia suficiente.

Encuesta 4



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 mes •

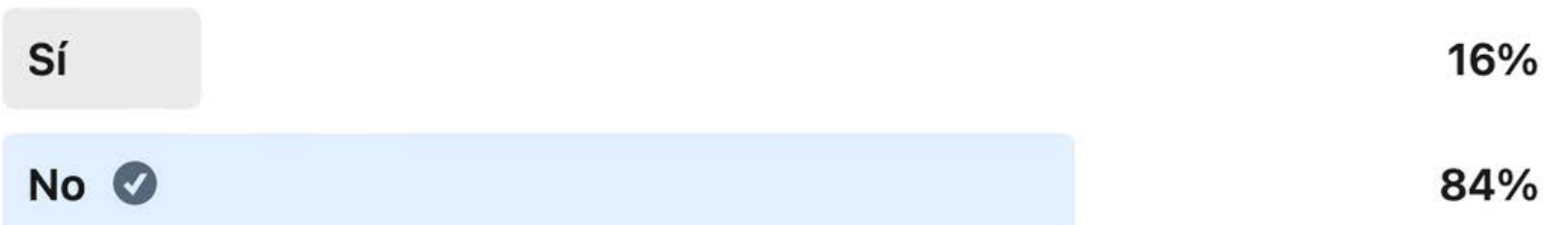
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La marca personal lleva ya bastantes años entre nosotros, pero ¿le damos la importancia adecuada? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#marcapersonal](#) [#personalbranding](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)

¿La mayoría de los profesionales dan la suficiente importancia a su marca personal y la trabajan adecuadamente?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



136 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Es más fácil encontrar trabajo ...

- Es más sencillo encontrar trabajo cuando lo tienes, pero pocos profesionales obran en consecuencia.
- La mentalidad "ideal" es pensar que siempre estamos en búsqueda de empleo.

Encuesta 5



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

3 semanas •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy tiene que ver con si resulta más sencillo encontrar un nuevo trabajo cuando tenemos uno o cuando no. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#orientaciónlaboral](#)

¿Cuándo es más sencillo encontrar un nuevo trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



273 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Tener claro el objetivo

- Tener el objetivo profesional claro es importante a la hora de buscar empleo.
- Sin embargo, cada vez hay más profesionales que no tiene claro dicho objetivo.
- Sin objetivo, ¿qué estrategia de búsqueda de empleo puedes trabajar? ¿Qué rumbo vas a tomar?

Encuesta 6



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

3 días · 🌐



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La búsqueda de empleo es una labor cada vez más compleja, y muchos profesionales tienen problemas para realizar una buena búsqueda. La pregunta de hoy es sobre qué es lo más importante a la hora de realizar el proceso de buscar trabajo. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#marcapersonal](#) [#orientaciónlaboral](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)
[#empleo](#) [#trabajo](#) [#carreraprofesional](#)

¿Qué considera más importante a la hora de realizar una buena búsqueda de empleo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Tener el objetivo claro ✓	48%
Gestión de las expectativas	13%
Conocer canales de búsqueda	19%
Constancia en el esfuerzo	20%

147 votos · Faltan 3 días · [Deshacer](#)

¿Sólo el salario?

- El salario cada vez tiene menos importancia a la hora de aceptar un trabajo.
- Las empresas que no sean conscientes de ello tendrán grandes dificultades a la hora de captar talento.
- Un síntoma de esto es lo que conoce como "la gran renuncia".

Encuesta 7



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

3 semanas •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Sé que a la hora de aceptar un trabajo se valora el conjunto de todas las variables, pero, ¿cuál es para ti la más importante? Puedes añadir otras en comentarios.

[#encuesta](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#)

[#orientaciónlaboral](#) [#carreraprofesional](#) [#empleo](#) [#trabajo](#)

A la hora de aceptar una propuesta de trabajo, ¿qué aspecto valoras más?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Salario	31%
Clima laboral de la empresa	30%
Poder teletrabajar	27%
Los valores de la empresa	12%

[295 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Escasez de talento 1

- Casi todos los estudios revelan una escasez de talento en gran cantidad de sectores.
- Una de las causas es que la velocidad de la tecnología y de los cambios es tan rápida, que muchos profesionales no se han adaptado.

Encuesta 8



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

7 meses · 🌐

¡Atención Pregunta!

Cada vez son más las empresas que se quejan de falta de talento en el mercado laboral, ¿qué opinas al respecto?

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#talento](#) [#recursoshumanos](#) [#emprendimiento](#)

¿Crees que hay un problema de talento en el mercado laboral actual?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

En casi todos los sectores ✓	36%
En algunos sectores	26%
Existe talento suficiente	22%
Sobra talento	16%

148 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

Escasez de talento 2

- No parece que estemos dando la importancia necesaria al problema de la escasez de talento.
- Y debido a ello, el problema en vez de remitir, se va a ir agudizando cada vez más.
- No nos estamos haciendo las preguntas adecuadas.

Encuesta 9



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

4 meses •

¡ATENCIÓN, PREGUNTA!

Cada vez se habla más de un grave problema de escasez de talento (en mi opinión existe y es muy intenso), pero, ¿quién es el mayor responsable de este problema? Añade los comentarios que consideres oportunos.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#talento](#)

¿Quién es el mayor responsable de la escasez de talento?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

El Sistema Educativo <input checked="" type="checkbox"/>	41%
Las empresas	16%
La Sociedad en general	34%
Los individuos	9%

242 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Inteligencia artificial 1

- La inteligencia artificial lleva muchos años entre nosotros, pero parece que ha irrumpido casi de repente.
- No prestar atención a estas tecnologías es un síntoma inquietante para un profesional.

Encuesta 10



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

1 mes • 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Desde hace unos meses parece que las herramientas de Inteligencia Artificial han dado un salto enorme. Sin duda, ChatGPT ha sido el detonante.

Yo la utilizo en mi trabajo diario ¿y tú?

[#encuesta](#) [#ai](#) [#inteligenciaartificial](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#) [#contenidos](#)

¿Utilizas ChatGPT en tu trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

46%

No

54%

[209 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Inteligencia artificial 2

- La inteligencia artificial está cambiando algunas profesiones y parece que cada vez van a ser más (y más rápido).
- El profesional que no se adapte a tiempo desaparecerá del mercado laboral en un corto espacio de tiempo.

Encuesta 11



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

4 días • 🌐



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Cada vez son más, mejores y de más tipos las herramientas de Inteligencia Artificial que van apareciendo. Parece claro que algunas profesiones se van a ver gravemente afectadas, pero ¿cuál crees que va a ser la más afectada? Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#educación](#) [#ai](#) [#inteligenciaartificial](#) [#programador](#) [#rrhh](#)
[#recursoshumanos](#) [#diseño](#) [#socialmedia](#)

¿Qué profesión va a ser la más afectada por la aparición y el uso de herramientas de Inteligencia Artificial?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Docente ✓	20%
Community manager	21%
Diseñador gráfico	27%
Programador	31%

252 votos • Faltan 2 días • [Deshacer](#)

Tecnología y trabajo

- Sólo hay una parte de los profesionales que son conscientes de los peligros que acechan a su trabajo o profesión.
- Aquellos que no son conscientes tardarán más en reaccionar y tendrán más dificultades en permanecer en el mercado de trabajo.

Encuesta 12



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing digital, ...

2 semanas •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Es indudable que las tecnologías están cambiando las formas de trabajar y el trabajo, yo a veces me pregunto si mi trabajo desaparecerá con la llegada de estas. ¿Y tú ves peligrar tu puesto de trabajo? espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#orientaciónlaboral](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#ai](#) [#industria40](#)

¿Crees que las tecnologías como Inteligencia Artificial, Robotización o Industria 4.0. hacen peligrar tu puesto de trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

34%

No

66%

240 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

“Mayores” y trabajo

- Las personas “mayores” están discriminadas en el mercado laboral, y no parece que se esté haciendo nada para remediarlo.
- Otro problema a resolver es que el concepto “persona mayor” cada vez afecta a personas más jóvenes.

Encuesta 13



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

2 semanas •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La pregunta de hoy trata sobre las personas "mayores" y el mercado laboral. Espero vuestros comentarios sobre el tema.

[#encuesta](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#igualdad](#)

¿Se discrimina a las personas "mayores" en el mercado laboral?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

97%

No

3%

[312 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Saber buscar empleo

- La gran mayoría de los profesionales no realiza una búsqueda eficiente y efectiva de empleo.
- Muchos buenos profesionales no encuentra trabajo porque no saben cómo buscarlo.

Encuesta 14



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 día • 🌐



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Llevo casi 20 años trabajando en orientación laboral, emprendimiento, ... y he sacado mis propias conclusiones sobre si sabemos o no realizar una búsqueda eficiente de empleo. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#orientacionlaboral](#) [#emprendimiento](#) [#rrhh](#)
[#recursoshumanos](#) [#empleo](#) [#trabajo](#)

¿Crees que los profesionales saben cómo realizar una búsqueda eficiente y efectiva de empleo, adaptada a los tiempos actuales?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

18%

No ✓

82%

133 votos • Faltan 6 días • [Deshacer](#)

Teletrabajo

- Cada vez hay más gente que trabaja total o parcialmente en modalidad de teletrabajo.
- Hemos de adquirir algunas competencias necesarias para ello.

Encuesta 15



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

2 días • 🌐



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Con la pandemia provocada por el Covid-19, vimos que el teletrabajo masivo era posible (con las excepciones que todos podemos imaginar). Gran cantidad de indicadores muestran que el teletrabajo parece estar en recesión. La pregunta de hoy trata sobre el tema. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#teletrabajo](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#)

Suponiendo que tu trabajo actual lo permita ¿Teletrabajas en la actualidad?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Teletrabajo casi todo ✓	32%
Más teletrabajo que presencial	18%
Más presencial que teletrabajo	23%
No teletrabajo nada/casi nada	28%

[261 votos](#) • Faltan 4 días • [Deshacer](#)

¿Te gusta tu trabajo?

- Parece que hay un elevado número de profesionales a los que les gusta su trabajo.
- Los resultados de esta encuesta contradicen a los de la mayoría de los estudios e informes sobre el tema.

Encuesta 16



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...
5 días •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La encuesta de hoy trata sobre si nos gusta o no el trabajo que tenemos en la actualidad. Espero vuestro comentarios.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#trabajo](#) [#empleo](#)

¿Te gusta el trabajo que realizas en la actualidad?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

82%

No

18%

[199 votos](#) • Faltan 2 días • [Deshacer](#)

Zona de confort

- El 97% de los usuarios creen que salir de la zona de confort ayuda a mejorar la carrera profesional.

Encuesta 17



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 mes • 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Últimamente la "zona de confort" se ha convertido en un campo de batalla, entre los que dicen que hay que salir de ella y los que no. Y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#comunicacion](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#) [#marcapersonal](#)

¿Es bueno salir de la "zona de confort" de vez en cuando para mejorar la carrera profesional?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

97%

No

3%

[311 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Junior vs. Senior

- La gran mayoría de los usuarios opina que los junior están menos comprometidos con el trabajo que los senior.

Encuesta 18



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 mes •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Un reciente reportaje de "The Wall Street Journal" indica que en Estados Unidos se está revirtiendo la tendencia en la contratación, muchas empresas prefieren trabajadores "senior", ya que demuestran estar más comprometidos con el trabajo. De esto va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#infografia](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#orientacionlal](#)

P.D. En el primer comentario incluyo enlace a reseña del reportaje.

En general, ¿quiénes crees que están más comprometidos con su trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Junior

18%

Senior

82%

222 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

IA y trabajo

- Sólo un 23% de profesionales considera que la Inteligencia Artificial no va a realizar su trabajo.

Encuesta 19



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en mark...

1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La Inteligencia Artificial parece avanzar a una velocidad extraordinaria, muchos ya estamos pensando si va a afectar a nuestro trabajo ...ver más

¿Crees que la Inteligencia Artificial va a realizar total o parcialmente el trabajo que realizas en la actualidad?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



226 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Reclutadores

- La mayoría considera que los reclutadores no se han adaptado a los cambios que se han producido en la sociedad, en el mercado labora y en las tecnologías.

Encuesta 20



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

2 semanas •



¡ATENCIÓN ENCUESTA!

La tecnología ha cambiado radicalmente la búsqueda de empleo, los profesionales han cambiado lo que valoran de un empleo, ya no existe eso del mismo trabajo para toda la vida, ..., pero, ¿los reclutadores se han adaptado a estos cambios? La pregunta de hoy va sobre los reclutadores y su adaptación a estos cambios. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#) [#empleo](#) [#trabajo](#) [#talento](#) [#recru](#)

¿Los reclutadores han adaptado los procesos de selección a los cambios laborales, tecnológicos y sociales al mismo ritmo que estos?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

20%

No

80%

79 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Sólo trabajas por dinero?

- Dos tercios de los encuestados no sólo trabajan por dinero.
- Hay un porcentaje que dice que sólo trabajan por dinero, supongo que no habrán oído hablar de la Responsabilidad Social Personal, o de que vivimos en Sociedad y que si no trabajara nadie moriríamos todos.

Encuesta 21



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

La motivaciones laborales de cada persona son diferentes, y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#trabajo](#).

[#empleo](#) [#talento](#) [#orientacionlaboral](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)

¿Sólo trabajas por dinero?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

34%

No

66%

349 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Usas la IA generativa en tu trabajo?

- La mayoría utilizan IA generativa en su trabajo, bien a diario, o bien de forma esporádica.

Encuesta 22



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

2 días · 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Llevamos inmersos muchos meses en la vorágine de la Inteligencia Artificial, y en particular de la IA generativa. Ya nos suenan ChatGPT, Google Bard, Copilot, Midjourney, DALL-E, ... y otras muchas. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

#encuesta #ai #ia #tech #inteligenciaartificial #ChatGPT #marketing #

¿Cón qué frecuencia utilizas la Inteligencia Artificial Generativa en tu trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

A diario ✓	39%
Esporádicamente	38%
No tiene uso en mi trabajo	17%
No sé lo que es eso	5%

157 votos · Faltan 4 días · [Deshacer](#)

Sobre tu reputación y la de la empresa

- La gran mayoría de los que han respondido indican que la reputación de los trabajadores forma parte de la reputación de la empresa.

Encuesta 23



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana • Editado • ↻

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Desde hace tiempo es más evidente que las organizaciones deben preocuparse y ocuparse de forma activa de su reputación. La pregunta de hoy tiene relación con este tema. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#comunicacion](#) [#reputacion](#) [#marcapersonal](#) [#rrhh](#)
[#recursoshumanos](#)

¿La reputación de los trabajadores de la empresa forma parte de la reputación de la propia empresa?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

91%

No

9%

218 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Tienes el sueldo que mereces?

- La mayoría responde que no tiene el sueldo que merece.
- Para otro dejamos el tema de "cómo calcular el sueldo que mereces".

Encuesta 24



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

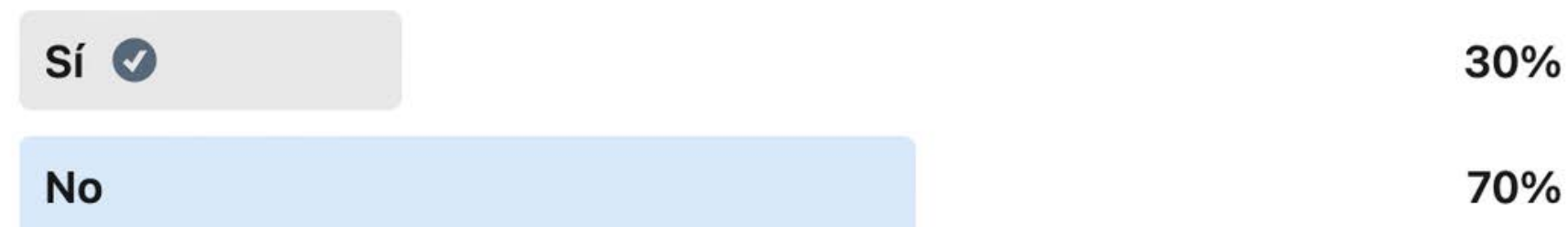
Hay un expresión muy escuchada que dice "No me pagan lo que merezco". La pregunta de hoy tiene que ver con esto. Otro día hablamos de "cómo se calcula lo que mereces" ...

Espero vuestros comentarios y opiniones.

[#encuesta](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#) [#talento](#) [#empleo](#) [#trabajo](#)

¿Tienes el sueldo que mereces?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



250 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Eres MUY bueno en tu trabajo?

- La mayoría indica que son muy buenos en su trabajo.
- Casi una cuarta parte reconocen no hacer un muy buen trabajo.

Encuesta 25



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

3 días •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Todos tenemos el "síndrome del impostor" de vez en cuando, y hemos de saber gestionarlo. Por otra parte, "está mal visto" que digas que eres muy bueno en tu trabajo. La pregunta de hoy tiene relación con este tema. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#talento](#) [#trabajo](#) [#marcapersonal](#) [#rrhh](#) [#recursoshumanos](#)

¿Eres MUY bueno en tu trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



136 votos • Faltan 4 días • [Deshacer](#)

¿Te importa lo que piensen de tí?

- La mayoría indican que sí que les importa desde el punto de vista profesional lo que piensan de ellos.
- Hay un porcentaje notable que indican que no les importa.

Encuesta 26



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Cada vez hablamos y escribimos más sobre identidad digital, huella digital, visibilidad, marca personal, reputación, ... Y la pregunta de hoy tiene mucha relación con esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#reputacion](#) [#marcapersonal](#) [#identidaddigital](#) [#huelladigital](#)
[#comunicacion](#) [#recursoshumanos](#)

Desde el punto de vista profesional, ¿te importa lo que los demás piensen de ti?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

74%

No

26%

[236 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Cuánto tiempo dedicas a la formación?

- El primer resultado que sorprende es el elevado porcentaje de personas que indican que no dedican nada del tiempo de trabajo a formarse durante su jornada laboral. Habría que analizar los motivos.

Encuesta 27



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana · 🌐



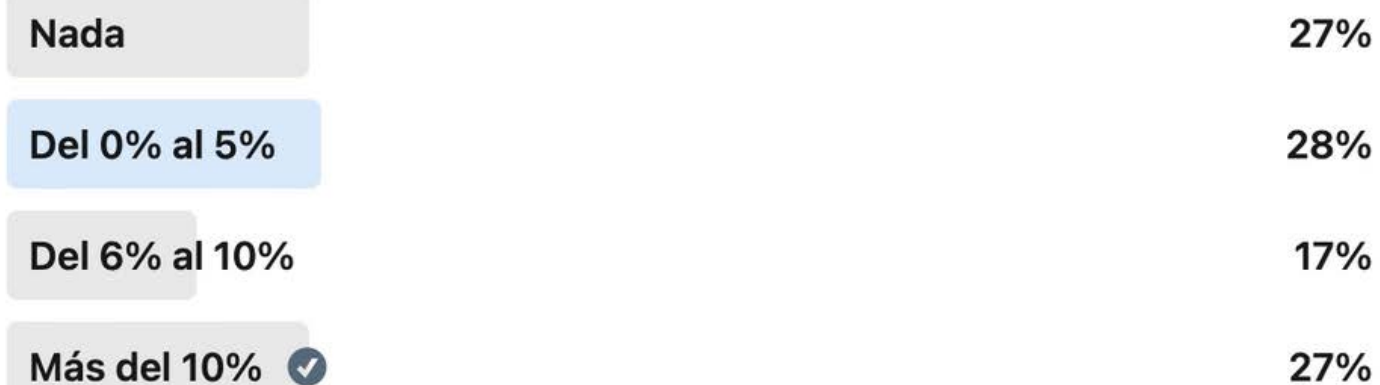
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Siempre ha sido muy importante aumentar y actualizar las competencias profesionales para hacernos un hueco en el mercado laboral. En la actualidad la velocidad de los cambios se ha acelerado y es todavía más importante. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#formacion](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#) [#marcapersonal](#)
[#competencias](#)

De tu jornada laboral, ¿qué porcentaje del tiempo dedicas a la formación?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



253 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Exceso de titulitis?

- La gran mayoría de los que ha votado se decantan por indicar que sí hay un exceso de titulitis en el mercado laboral actual.

Encuesta 28



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

1 semana • Editado •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Confieso que no sabía que TITULITIS estaba en el diccionario de la RAE, pero lo está, y dice que es la "valoración desmesurada de los títulos y certificados de estudios como garantía de los conocimientos de alguien". La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#recursoshumanos](#) [#rrhh](#) [#recruiting](#) [#educacion](#) [#formacion](#)

En el mercado laboral actual, ¿hay un exceso de titulitis?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

85%

No

15%

[280 votos](#) • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Sabes decir NO?

- A la mayoría de las personas todavía les cuesta decir NO cuando deben (quieren) decir NO.

Encuesta 29



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

2 semanas • Editado •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Quizás una de las asignaturas más difíciles en la carrera profesional (y personal) es aprender a decir NO cuando debes (o quieres) hacerlo. Decir qué NO a un trabajo o a un cliente, a alguien que te pide un favor que no te apetece hacer, a hacer algo que crees que no es bueno para ti por miedo a las críticas, ... Y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios y opiniones.

[#encuesta](#) [#psicologia](#) [#asertividad](#) [#recursoshumanos](#) [#marcaperson](#)

¿Todavía te cuesta decir NO cuando debes (o quieres) decirlo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

57%

No

43%

226 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Trabajo obligatorio durante los estudios?

- Parece que a la gran mayoría le parece buena idea la obligatoriedad de trabajar durante los estudios.

Encuesta 30



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en m...

2 semanas · Editado ·

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Llevo tiempo planteandome (si sería interesante) si una parte importante del curriculum de los grados o de ciclos superiores tendría que ser obligatorio que incluyeran 500 horas (por decir una cifra) obligatorias de trabajo al año, evidentemente remuneradas. De forma que en esos años de formación, los alumnos aprendieran el concepto de "qué es trabajar". Evidentemente serían trabajos que no requirieran mucha cualificación y que no estuvieran relacionados con la formación. El objetivo sería conocer el concepto de "trabajo real", qué es tener un "jefe", cómo es tener compañeros de trabajo, qué significa tener un horario y unas obligaciones concretas, ...

Evidentemente habría que hacer un desarrollo legislativo serio y adecuado, y de esto va la pregunta hoy? Espero ansioso vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#formacion](#) [#trabajo](#) [#talento](#) [#empleo](#) [#orientacionlabora](#)

¿Los estudiantes de grados y ciclos superiores tendrían que tener como asignatura obligatoria un número significativo de horas de trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

88%

No

12%

159 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

¿Quieres cambiar de trabajo?

- 2/3 de los que contestaron indicaron que querían cambiar de trabajo.
- Los resultados son casi idénticos a los que aportaba LinkedIn.

Encuesta 31



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana • Editado •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Leyendo una publicación de Ángel Sáenz de Cenzano (Country Manager de [LinkedIn](#) en España y Portugal) decía que según sus datos, el 62% de los españoles se planteaban cambiar de trabajo en 2024, lo que representaba un 15% más que el año anterior. El dato me sorprendió y la pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#linkedin](#) [#talento](#) [#trabajo](#) [#empleo](#) [#recursoshumanos](#)

¿Te estás planteando cambiar de trabajo este año?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

60%

No

40%

139 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Exceso de "reunionitis"?

- La gran mayoría de los usuarios indica que la gran mayoría de las reuniones son una pérdida de tiempo.

Encuesta 32



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en m...

1 semana • 🌐

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Llevo muchos años "predicando" sobre el exceso de "reunionitis" que observo en las organizaciones. Yo siempre he pensado que la mayoría de las reuniones son totalmente prescindibles, ¿pero es mi percepción, o es una opinión generalizada? Y de esto va la pregunta de hoy.

[#encuesta](#) [#reuniones](#) [#productividad](#) [#gestiondeltiempo](#) [#recursosu](#)

Según tu experiencia, ¿la gran mayoría de las reuniones son una pérdida de tiempo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí ✓

78%

No

22%

260 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Presencial o teletrabajo?

- Las mayoría de las respuestas indican que prefieren una jornada de 4 días presencia frente a la jornada de 5 días en modalidad de teletrabajo.

Encuesta 33



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

6 días •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

En el mundo del trabajo hay varios debates abiertos relacionados con la jornada de trabajo y con el teletrabajo, la pregunta de hoy va sobre esto.

[#encuesta](#) [#recursoshumanos](#) [#teletrabajo](#) [#rrhh](#) [#talento](#) [#empleo](#) [#trabajo](#)

Si te dieran a elegir entre una jornada laboral de 4 días presencial o una jornada de 5 días en teletrabajo, ¿con cuál te quedarías?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

4 días modalidad presencial

56%

5 días modalidad teletrabajo

44%

379 votos • Faltan 18 min • [Deshacer](#)

¿Vas a cobrar una pensión digna?

- La mayoría de las respuestas indican que hay poca confianza en cobrar una pensión suficiente para vivir con dignidad.

Encuesta 34



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en m...

2 días •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Cada vez hay más dudas sobre la sostenibilidad del sistema de pensiones español, y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#economia](#) [#seguridadsocial](#) [#pensiones](#) [#trabajo](#)

Cuándo te jubiles, ¿crees que vas a cobrar una pensión suficiente para poder vivir con dignidad?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

17%

No

83%

209 votos • Faltan 4 días • [Deshacer](#)

Mercado laboral, profesionales y búsqueda de empleo



La actitud es más importante que la aptitud para encontrar empleo



Un buen trabajo de visibilidad en medios sociales es importante



La marca personal es importante para el desarrollo de tu carrera profesional



Hay que pensar siempre como si estuviéramos buscando trabajo



Es más fácil encontrar trabajo cuando se tiene uno que si estás desempleado



Tener el objetivo profesional claro es importante a la hora de buscar empleo



Sin objetivo, ¿qué estrategia de búsqueda de empleo puedes trabajar?



El salario cada vez tiene menos importancia a la hora de aceptar un trabajo



Existen una gran escasez de talento en gran cantidad de sectores



No prestar atención a los cambios tecnológicos es un síntoma inquietante para un profesional



El profesional que no se adapte a tiempo desaparecerá del mercado laboral



La inteligencia artificial sólo es un síntoma de los cambios que se avecinan



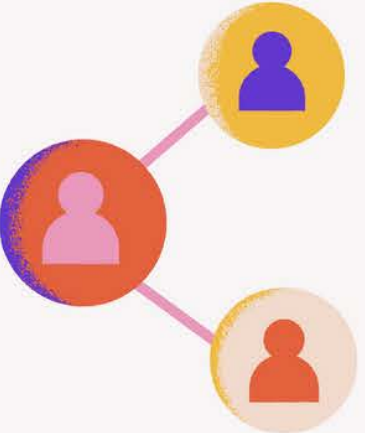
CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PUEDE AYUDARTE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO




"Estar al tanto de las nuevas tecnologías que aparecen en el mercado es una obligación de todo profesional. La inteligencia artificial te puede ayudar a encontrar empleo o a mejorar el que tienes".

Alfredo Vela
Consultor digital


Definición de inteligencia artificial



La inteligencia artificial (IA) es el **campo de la informática que se dedica al desarrollo de algoritmos y sistemas que pueden realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana**, como el aprendizaje, la comprensión del lenguaje natural, la toma de decisiones y la resolución de problemas.



La IA se divide en dos categorías principales: la IA débil o IA aplicada, que se enfoca en desarrollar sistemas que realizan tareas específicas, y la IA fuerte o IA general, que busca desarrollar sistemas que pueden realizar cualquier tarea intelectual que un humano pueda realizar.



Adopción de la IA en las empresas 2024

Utilización de la IA en las empresas:



46%

Utilizan IA en alguna actividad de la empresa.



62%

La motivación principal para adoptar la IA han sido las ganancias de eficiencia.



90%

La adopción de IA ha mantenido estable el nivel de empleo en la empresa.



65%

La IA puede traer en el futuro mejoras de productividad en la empresa.



29%

Puede aliviar el reemplazo generacional.

Retos competenciales y de empleo asociados a la IA:



58%

Refuerza la importancia de competencias tecnológicas.



68%

Introduce retos de recualificación de los trabajadores.



28%

Podría perjudicar la empleabilidad.

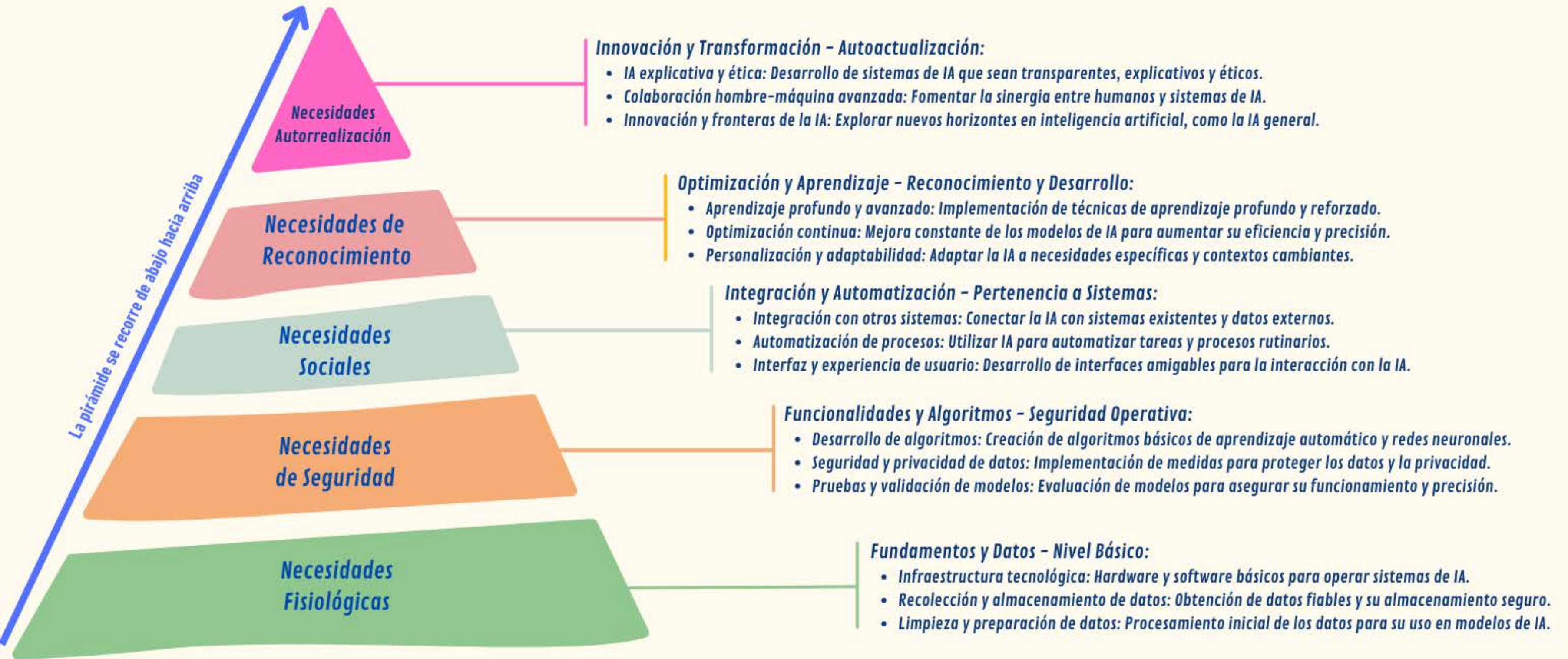
Algunos datos sobre Inteligencia Artificial y mercado de trabajo en España

Fuente: Estudio "IA y Mercado de trabajo en España", elaborado por Randstad Research

	Se estima que el efecto de la IA destruirá 400.000 puestos de trabajo netos en los próximos 10 años		La IA destruirá en España algo más de 2 millones de puestos de trabajo en los próximos 10 años		La IA creará en España algo más de 1,6 millones de puestos de trabajo en los próximos 10 años
	La IA aumentará la productividad del 15,9% de los puestos de trabajo actuales		La IA no tendrá impacto o será poco significativo en el 74,3% de los puestos de trabajo actuales		Los tres sectores en los que más incidencia tendrá son: actividades administrativas, programación y telecomos
	Los 3 sectores que más incrementarán la productividad son: programación, seguros y finanzas		Los 3 sectores con menos impacto de la IA serán: agricultura y ganadería, actividades asociativas e industria extractiva		El 54,3% de las empresas españolas no usan la IA de ninguna forma
	Solo un 17,3% de los trabajadores emplean alguna aplicación de IA en sus trabajos en la actualidad		4 de cada 10 trabajadores están muy preocupados por la mayor dificultad para encontrar empleo en la próxima década		El 66,8% de los trabajadores cree necesitar formación en competencias relacionadas con la IA

Pirámide de Maslow de la Inteligencia Artificial

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar el desarrollo de la inteligencia artificial, desde las capacidades básicas de procesamiento y aprendizaje hasta la contribución innovadora y significativa al progreso humano. La progresión a través de esta pirámide no solo mejora la funcionalidad y la eficacia de los sistemas de IA, sino que también refleja un crecimiento hacia una mayor autonomía, colaboración con humanos y un impacto positivo en la sociedad.



MOTIVOS POR LOS QUE USAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL ES INTERESANTE PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



La inteligencia artificial (IA) está revolucionando la forma en que buscamos empleo, ofreciendo herramientas innovadoras que pueden optimizar y mejorar este proceso. Aquí podemos ver una lista detallada de por qué utilizar herramientas de IA puede ser particularmente útil en la búsqueda de empleo:

1. Optimización de CVs:

- Análisis de CV: herramientas de IA pueden analizar tu CV para asegurarse de que esté optimizado para sistemas de seguimiento de candidatos (ATS), aumentando tus posibilidades de ser percibido por reclutadores.
- Sugerencias de mejora: proporcionan recomendaciones para mejorar tu CV, incluyendo la elección de palabras clave relevantes y la estructura de la información.



2. Búsqueda de empleo personalizada:

- Filtrado inteligente: las plataformas de empleo basadas en IA pueden filtrar a través de miles de ofertas de trabajo para recomendarte aquellas que mejor se ajustan a tus habilidades, experiencia y preferencias.
- Alertas de oportunidades: la IA puede enviar alertas en tiempo real sobre nuevas oportunidades de empleo que coinciden con tu perfil, asegurando que no te pierdas de aplicar a puestos ideales.

3. Preparación para entrevistas:

- Entrenadores virtuales de entrevistas: herramientas de IA pueden simular entrevistas de trabajo, proporcionando un entorno seguro para practicar respuestas a preguntas comunes y recibir retroalimentación instantánea.
- Análisis de lenguaje y comportamiento: algunas aplicaciones evalúan tu lenguaje corporal, tono de voz y patrones de habla para ayudarte a mejorar tu comunicación y presentación.



4. Desarrollo de habilidades:

- Recomendaciones de aprendizaje: basado en análisis de tu perfil y objetivos de carrera, la IA puede sugerir cursos, certificaciones y recursos para desarrollar habilidades que aumenten tu empleabilidad.
- Plataformas de aprendizaje adaptativo: utilizan IA para adaptar el material de aprendizaje a tu estilo y ritmo, haciendo que el proceso sea más eficiente.

5. Networking inteligente:

- Recomendaciones de conexiones: algunas herramientas de IA analizan tu perfil profesional y te sugieren personas relevantes para conectar en plataformas como LinkedIn, facilitando el networking estratégico.
- Identificación de eventos: la IA también puede recomendarte eventos de networking y ferias de empleo que coincidan con tus intereses profesionales.



6. Análisis de tendencias del mercado laboral:

- Insights del sector: herramientas de IA pueden ofrecer análisis detallados sobre tendencias de la industria, demanda de habilidades y proyecciones de crecimiento de empleo, ayudándote a tomar decisiones informadas sobre tu carrera.
- Competencia y salarios: proporcionan información sobre los rangos salariales típicos para roles específicos y cómo se comparan tus habilidades con el mercado laboral actual.

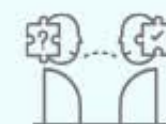
7. Automatización de tareas repetitivas:

- Aplicaciones a múltiples empleos: algunas herramientas pueden automatizar el proceso de aplicación a puestos de trabajo, ahorrando tiempo y esfuerzo.
- Organización de la búsqueda de empleo: la IA puede ayudar a organizar y rastrear tus aplicaciones, recordatorios de entrevistas y seguimientos.



8. Soporte y asesoramiento continuo:

- Asistentes virtuales: herramientas de IA actúan como asistentes personales, ofreciendo recordatorios, consejos y apoyo durante tu búsqueda de empleo.
- Feedback continuo: algunas aplicaciones ofrecen retroalimentación continua sobre tu desempeño en entrevistas simuladas, progreso en el aprendizaje de nuevas habilidades,





"Programar es uno de los primeros empleos llamados a desaparecer debido a la inteligencia artificial generativa".

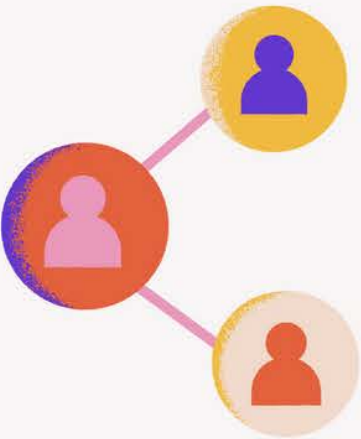
Jensen Huang
CEO de NVIDIA

Definición de inteligencia artificial generativa

La "inteligencia artificial generativa" se refiere a un **subcampo de la inteligencia artificial (IA) que se centra en la creación de sistemas capaces de generar datos, contenido o información de manera autónoma y creativa**. Estos sistemas utilizan modelos y algoritmos que pueden aprender patrones y estructuras a partir de conjuntos de datos existentes y luego generar nuevos datos que se asemejan a los datos de entrenamiento.

Un ejemplo común de inteligencia artificial generativa es el uso de redes neuronales generativas, como las Generative Adversarial Networks (GANs). Estas redes consisten en dos partes: un generador y un discriminador. El generador crea datos nuevos, como imágenes o texto, a partir de un conjunto de datos de referencia, mientras que el discriminador evalúa la autenticidad de los datos generados en comparación con los datos reales. A medida que el generador y el discriminador compiten en un proceso de aprendizaje, el generador mejora su capacidad para producir datos que son cada vez más similares a los datos reales.

La inteligencia artificial generativa **se utiliza en una variedad de aplicaciones, como la generación de imágenes realistas, la síntesis de música, la creación de texto natural y la generación de contenido creativo**. También es fundamental en campos como la creación de videojuegos, el diseño asistido por computadora y la producción de contenido multimedia. La capacidad de generar datos de manera autónoma y creativa es una característica importante de la inteligencia artificial generativa.



Algunos usos de la Inteligencia Artificial para orientadores laborales/técnicos de empleo



la IA nos permiten aprender sobre todas aquellas materias relacionadas con el empleo que necesitemos



Ayudan a la creación y mejora de contenidos relacionados con la orientación laboral



Nos permiten dar un asesoramiento más personalizado usando la IA como si fuera un simulador



Nos pueden ayudar a mejorar la empleabilidad de los usuarios



Te puede ayudar a trabajar los planes de emprendimiento de los usuarios



Podemos ayudarnos de la IA para mejorar el currículum y las cartas de presentación de los usuarios



Podremos ayudar mejor a los usuarios en sus entrevistas de trabajo



La IA nos pueden ayudar a trabajar y mejorar la marca personal de nuestros usuarios



Sirven también para ponernos al día en nuevas tendencias sobre mercado laboral y empleo



Las IA pueden ayudarte a dar soporte a usuarios en otros idiomas



La IA nos puede ayudar en el análisis de datos relacionados con el mercado laboral



Trabajando a diario con IA irás descubriendo muchos más usos de la IA para tu trabajo

20 ejemplos de uso de ChatGPT en la búsqueda de empleo



- 1. Redacción de CV:** ayudar a redactar un currículum vitae, enfocando en la claridad y la relevancia para el puesto deseado. Ejemplo: Generar una descripción impactante para la experiencia laboral en marketing digital.
- 2. Cartas de presentación personalizadas:** asistir en la creación de cartas de presentación específicas para cada aplicación. Ejemplo: Crear una carta de presentación para una posición de ingeniero de software en una startup tecnológica.
- 3. Preparación de entrevistas:** ofrecer preguntas comunes de entrevistas y sugerir respuestas óptimas. Ejemplo: Proporcionar preguntas y respuestas modelicas para una entrevista de trabajo en el sector bancario.
- 4. Consejos de networking:** dar consejos sobre cómo expandir la red de contactos profesionales. Ejemplo: Sugerir estrategias para iniciar conversaciones en LinkedIn con profesionales del mismo sector.
- 5. Búsqueda de empleo estratégica:** ofrecer estrategias para una búsqueda de empleo efectiva. Ejemplo: Enumerar los mejores portales de empleo para el sector de la educación en España.
- 6. Optimización de LinkedIn:** ayudar a mejorar el perfil de LinkedIn para atraer a reclutadores. Ejemplo: Redactar un resumen profesional impactante para un perfil de LinkedIn.
- 7. Desarrollo de marca personal:** asesorar en la creación y promoción de una marca personal en línea. Ejemplo: Sugerencias para publicaciones en redes sociales que destaquen habilidades en diseño gráfico.
- 8. Planificación de carrera:** ofrecer consejos para la planificación a corto y largo plazo de la carrera profesional. Ejemplo: Elaborar un plan de 5 años para la transición de desarrollador junior a líder de equipo.
- 9. Simulación de entrevistas:** realizar prácticas de entrevistas interactivas. Ejemplo: Simular una entrevista de trabajo para un puesto de gerente de ventas, con feedback incluido.
- 10. Investigación de empresas:** ayudar a recopilar información relevante sobre posibles empleadores. Ejemplo: Listar los valores y la misión de una empresa específica de tecnología para preparar una entrevista.
- 11. Preparación de preguntas para entrevistadores:** sugerir preguntas inteligentes para hacer al final de una entrevista. Ejemplo: Generar preguntas sobre la cultura de empresa y oportunidades de desarrollo profesional.
- 12. Análisis de descripciones de trabajo:** ayudar a desglosar y entender los requisitos y responsabilidades listados en ofertas de trabajo. Ejemplo: Interpretar los requisitos clave de una oferta de trabajo para un analista de datos.
- 13. Gestión del estrés pre-entrevista:** ofrecer técnicas y consejos para manejar el nerviosismo antes de una entrevista. Ejemplo: Técnicas de respiración y afirmaciones positivas para reducir el estrés.
- 14. Negociación de salarios:** proporcionar estrategias y frases para negociar condiciones laborales y salariales. Ejemplo: Sugerencias para abordar la conversación de negociación de salario de manera efectiva.
- 15. Seguimiento post-entrevista:** redactar correos electrónicos de agradecimiento y seguimiento después de las entrevistas. Ejemplo: Escribir un correo electrónico de seguimiento que reitere el interés por el puesto.
- 16. Identificación de habilidades clave:** ayudar a identificar y resaltar habilidades y cualidades para distintos roles. Ejemplo: Destacar habilidades de liderazgo para un CV dirigido a un puesto de gestión.
- 17. Mejora de soft skills:** ofrecer consejos para desarrollar habilidades blandas requeridas en el ámbito profesional. Ejemplo: Técnicas para mejorar la comunicación asertiva y el trabajo en equipo.
- 18. Asesoramiento sobre formación adicional:** proporcionar recomendaciones sobre cursos o certificaciones que podrían mejorar el perfil profesional. Ejemplo: Sugerir certificaciones de gestión de proyectos para un profesional que busca avanzar en su carrera.
- 19. Análisis de tendencias del mercado laboral:** ofrecer insights sobre las últimas tendencias en el mercado laboral y cómo adaptarse a ellas. Ejemplo: Identificar las habilidades tecnológicas más demandadas en el sector financiero actual.
- 20. Consejos para trabajos remotos:** dar recomendaciones específicas para encontrar y postularse a trabajos remotos. Ejemplo: Estrategias para destacar en entrevistas virtuales para posiciones de trabajo remoto.

Infografía creada por Ángeles Vallejo y Alfredo Vela

22 ejemplos de Prompts para ChatGPT sobre el Currículum Vitae



- Estructura básica de un CV efectivo:** "Describe la estructura óptima de un currículum vitae para un recién graduado en España, incluyendo secciones clave y consejos para su presentación."
- Logros en lugar de tareas:** "Explica cómo transformar descripciones de tareas rutinarias en logros impactantes en el CV de un profesional de marketing digital."
- CV para el sector tecnológico:** "Proporciona ejemplos de habilidades tecnológicas avanzadas y proyectos relevantes que un desarrollador de software debería incluir en su CV."
- Palabras clave por industria:** "Lista las palabras clave esenciales que un ingeniero civil debe incorporar en su CV para destacar en el sector de la construcción en España."
- Impacto del voluntariado:** "Describe cómo incluir experiencias de voluntariado en el CV de un trabajador social, destacando su impacto y habilidades desarrolladas."
- CV para cambio de carrera:** "Proporciona estrategias para resaltar habilidades transferibles en el CV de alguien que transita de la enseñanza al sector tecnológico."
- Importancia de los idiomas:** "Explica cómo presentar habilidades lingüísticas en un CV para posiciones que requieren multilingüismo en el sector turístico."
- Formato creativo para industrias creativas:** "Sugiere cómo un diseñador gráfico puede utilizar un formato de CV creativo para reflejar su habilidad y originalidad."
- Intereses profesionales:** "Debate la relevancia de incluir una sección de intereses en el CV de un profesional de relaciones públicas y cómo puede beneficiar su aplicación."
- Uso de acciones verbales:** "Lista verbos de acción poderosos para comenzar las descripciones de experiencia laboral en un CV de dirección ejecutiva."
- Brevidad y precisión:** "Consejos para condensar un CV extenso sin perder información valiosa, ideal para profesionales con larga experiencia."
- Habilidades blandas versus habilidades duras:** "Cómo equilibrar habilidades blandas y duras en el CV de un profesional de atención al cliente."
- Formatos de CV para freelancers:** "Estrategias para mostrar proyectos y clientes destacados en el CV de un freelancer en el sector de la comunicación."
- Impacto de las referencias:** "Cuándo y cómo incluir referencias en el CV, con ejemplos para un puesto administrativo."
- CV académico para posiciones de investigación:** "Diferencias clave y elementos esenciales en un CV académico para aplicar a posiciones de investigación en universidades."
- Errores comunes a evitar:** "Lista los errores más comunes que las personas cometen en sus CVs y cómo evitarlos, especialmente en el sector de la hostelería."
- Adaptación del CV a la oferta de trabajo:** "Técnicas para personalizar un CV para una oferta de trabajo específica en el sector de ventas."
- Importancia del diseño del CV:** "Consejos sobre diseño gráfico para hacer que un CV destaque visualmente, aplicable especialmente a sectores creativos."
- CV para prácticas profesionales:** "Cómo destacar en el CV cuando tienes poca experiencia laboral, enfocado a estudiantes buscando prácticas."
- Uso de testimonios en el CV:** "La efectividad de incluir testimonios de antiguos empleadores o clientes en el CV para profesionales independientes."
- CV para el sector público vs. sector privado:** "Analiza las diferencias clave entre un CV dirigido a una posición en el sector público y uno para el sector privado en España, destacando la importancia de la adaptación al contexto y los requisitos específicos de cada ámbito."
- Impacto de las certificaciones profesionales:** "Describe cómo y dónde incluir certificaciones profesionales en el CV de un especialista en ciberseguridad, enfatizando la relevancia de estas credenciales para el puesto y cómo pueden diferenciar al candidato en el proceso de selección."

Herramientas de Inteligencia Artificial para ayudarte a elaborar tu Currículum



chat.openai.com



gemini.google.com



canva.com



rezi.ai



resumaker.ai



resumeworded.com



resumai.com



enhancv.com



novoresume.com/es



kickresume.com/es



skillroads.com



resumegenius.com

Algunas ideas de uso de la Inteligencia Artificial para tu Marca Personal



La IA una tecnología que debes de conocer y manejar



Te puede ayudar a aprender sobre la marca personal



Te ayudará a diseñar tu estrategia de marca



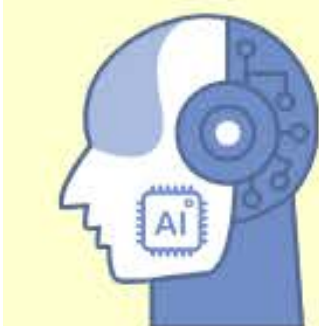
Te permitirá mejorar la calidad de tus contenidos



Es muy útil a la hora de generar contenido de texto



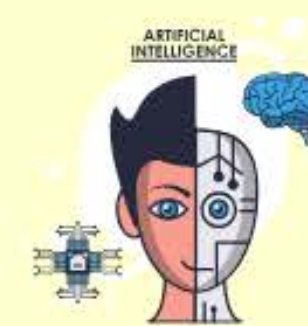
Es muy útil a la hora de generar contenido visual



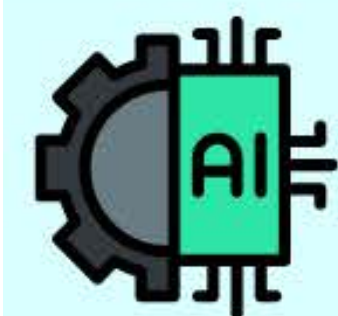
Te ayudará en tus procesos de aprendizaje



Puede ayudarte en el desarrollo de ideas, productos o servicios



La IA te puede ayudar en tu comunicación y marketing



Mejorar el posicionamiento SEO de tus publicaciones



Bien utilizada puede mejorar tu productividad



Si no la usas, dará ventaja a tu "competencia"

Algunas ideas de uso de la Inteligencia Artificial en el emprendimiento

	Puedes usarla en la automatización de ciertos procesos		Puede ayudarte en la toma de decisiones empresariales		Puede ayudarte en el diseño de productos y servicios
	La IA te puede ayudar en tu comunicación y marketing		Es muy útil a la hora de generar contenido de texto y visual		Interesante para ayudar en el plan de empresa
	Muy útil en la formación de los trabajadores		Muy interesante para el análisis de datos		Buscar ideas y oportunidades de negocio
	Ayuda con el SEO en el posicionamiento de tus páginas		Bien utilizada puede mejorar tu productividad		Si no la usas, dará ventaja a tu "competencia"

La IA generativa cada vez se usa más en el trabajo



Alfredo Vela Zancada · Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana ·



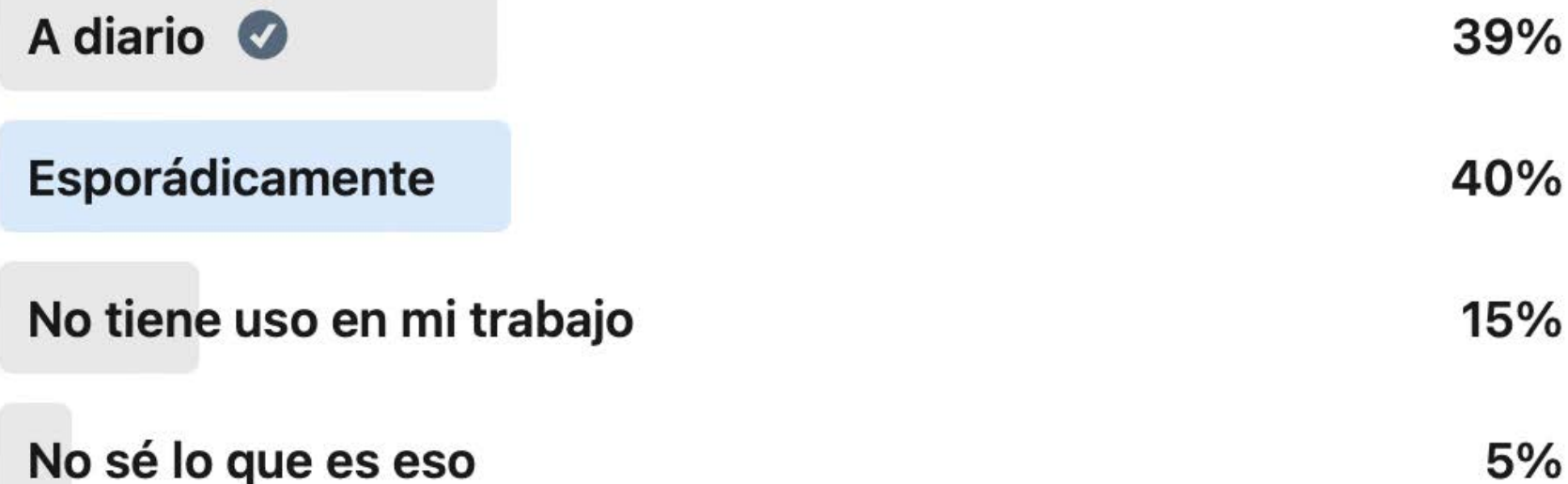
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Llevamos inmersos muchos meses en la vorágine de la Inteligencia Artificial, y en particular de la IA generativa. Ya nos suenan ChatGPT, Google Bard, Copilot, Midjourney, DALL-E, ... y otras muchas. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#ai](#) [#ia](#) [#tech](#) [#inteligenciaartificial](#) [#ChatGPT](#) [#marketing](#) #

¿Cón qué frecuencia utilizas la Inteligencia Artificial Generativa en tu trabajo?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



183 votos · Encuesta cerrada · [Eliminar voto](#)

ChatGPT te puede ayudar en tu búsqueda de empleo, pero debes saber hacerle las preguntas adecuadas. En este ejemplo "buscamos trabajo como programador junior de Python"

+ New chat

Consejos para programador

Ideas para publicaciones en TikTok

Research Importance Ideas

AutoDraw con inteligencia artificial

Descubrimientos importantes en c

Revistas depredadoras.

Bioquímica en la sociedad

New chat

Redes sociales: Historia y evolución

Biología en Instagram.

Importancia de Historias Destacadas

Upgrade to Plus **NEW**

alfredovela@revistaformacion.com



Estoy buscando trabajo como programador de Python junior, ¿me podrías dar 10 consejos para mejorar mis posibilidades de encontrarlo?



¡Por supuesto! Aquí te dejo 10 consejos para mejorar tus posibilidades de encontrar trabajo como programador de Python junior:



1. **Construye un portafolio:** Crea un portafolio en línea que muestre tus proyectos de programación de Python. Asegúrate de que tu portafolio esté bien diseñado y sea fácil de navegar.
2. **Aprende de otros:** Busca otros programadores de Python y aprende de ellos. Puedes unirte a grupos de Python en línea o asistir a eventos de programación.
3. **Contribuye a proyectos de código abierto:** Participa en proyectos de código abierto de Python y contribuye al desarrollo de software. Esto te ayudará a desarrollar tus habilidades de programación y a crear conexiones con otros programadores.
4. **Mejora tus habilidades de comunicación:** Las habilidades de comunicación son importantes para cualquier trabajo. Aprende a comunicarte de manera efectiva, tanto en persona como por escrito.
5. **Mantén tus conocimientos actualizados:** Python es un lenguaje de programación que cambia constantemente. Mantente actualizado sobre las nuevas tendencias y actualizaciones del lenguaje de programación.
6. **Aprende a trabajar en equipo:** Aprende a trabajar en equipo y a colaborar con otros

Regenerate response

Send a message...



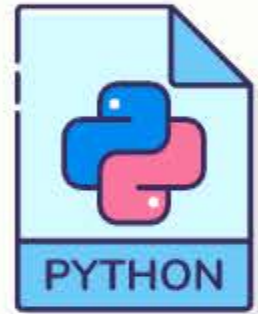
Recordamos que "buscamos trabajo como programador junior de Python". Las preguntas que le hemos realizado a ChatGPT han sido:

1. Estoy buscando trabajo como programador de Python junior, ¿me podrías dar 10 consejos para mejorar mis posibilidades de encontrarlo?
2. Y ¿me puedes dar 10 consejos para mi currículum?
3. ¿Me puedes indicar 10 competencias imprescindibles para este trabajo? Explicalas con cierto detalle
4. Y ¿me puedes indicar los 10 mejores canales para buscar este trabajo?
5. Y ¿me puedes indicar 10 errores que se cometen a la hora de buscar este tipo de trabajo?
6. ¿Me puedes dar 10 consejos para utilizar adecuadamente LinkedIn para encontrar este tipo de trabajo?
7. Y ¿me puedes dar 10 consejos sobre el portafolio que me ayuden a encontrar mejor un trabajo?
8. ¿Me puedes explicar con cierto detalle cómo debiera de ser la estructura adecuada para el portafolio?

Adapta las preguntas a tu perfil, y en función de la conversación añade otras.

10 consejos para mejorar tus posibilidades de encontrar trabajo como programador de Python junior

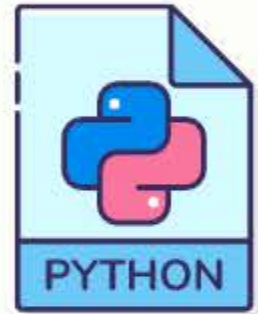
Por ChatGPT



1. **Construye un portafolio:** Crea un portafolio en línea que muestre tus proyectos de programación de Python. Asegúrate de que tu portafolio esté bien diseñado y sea fácil de navegar.
2. **Aprende de otros:** Busca otros programadores de Python y aprende de ellos. Puedes unirte a grupos de Python en línea o asistir a eventos de programación.
3. **Contribuye a proyectos de código abierto:** Participa en proyectos de código abierto de Python y contribuye al desarrollo de software. Esto te ayudará a desarrollar tus habilidades de programación y a crear conexiones con otros programadores.
4. **Mejora tus habilidades de comunicación:** Las habilidades de comunicación son importantes para cualquier trabajo. Aprende a comunicarte de manera efectiva, tanto en persona como por escrito.
5. **Mantén tus conocimientos actualizados:** Python es un lenguaje de programación que cambia constantemente. Mantente actualizado sobre las nuevas tendencias y actualizaciones del lenguaje de programación.
6. **Aprende a trabajar en equipo:** Aprende a trabajar en equipo y a colaborar con otros programadores. Las empresas buscan programadores que puedan trabajar en equipo y ayudar a construir soluciones eficientes.
7. **Crea un perfil en LinkedIn:** Crea un perfil en LinkedIn que muestre tus habilidades y experiencia en programación de Python. Asegúrate de incluir información relevante, como tus proyectos y experiencia laboral.
8. **Prepárate para las entrevistas:** Practica las preguntas más comunes de entrevistas para programadores de Python y prepárate para demostrar tus habilidades de programación durante las entrevistas.
9. **Sé persistente:** No te rindas si no encuentras trabajo de inmediato. Sigue buscando y mejorando tus habilidades de programación.
10. **Sé apasionado por la programación:** Demuestra tu pasión por la programación de Python en tus proyectos y en tus entrevistas. Las empresas quieren programadores apasionados que estén dispuestos a aprender y crecer en el campo.

10 consejos para mejorar tu currículum como programador de Python junior

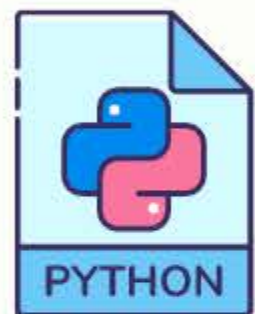
Por ChatGPT



1. **Destaca tus habilidades de programación:** Enumera tus habilidades de programación de Python, así como cualquier otra habilidad técnica relevante para el trabajo.
2. **Incluye tus proyectos:** Incluye tus proyectos de programación de Python, mostrando lo que construiste y cómo lo construiste.
3. **Usa un formato limpio y claro:** Asegúrate de que el formato de tu currículum sea fácil de leer y de que la información esté organizada de manera clara.
4. **Utiliza palabras clave:** Incluye palabras clave relevantes para el trabajo, como "Python", "programación orientada a objetos" y "bases de datos".
5. **Menciona tu educación:** Incluye cualquier título, certificado o diploma relacionado con la programación de Python, así como cualquier curso de formación adicional.
6. **Destaca tu experiencia laboral:** Si tienes experiencia laboral relacionada con la programación de Python, asegúrate de destacarla en tu currículum.
7. **Selecciona tus logros:** Enumera los logros que has alcanzado en proyectos de programación de Python y cómo has contribuido al éxito del proyecto.
8. **Personaliza tu currículum:** Ajusta tu currículum a cada trabajo específico para el que estés aplicando, destacando las habilidades y la experiencia relevantes.
9. **Incluye referencias:** Incluye referencias profesionales que puedan dar fe de tus habilidades de programación y de tu ética laboral.
10. **Revisa y edita:** Revisa y edita tu currículum varias veces para asegurarte de que no haya errores de ortografía o gramática, y de que toda la información esté actualizada y correcta.

10 competencias imprescindibles para trabajar como programador de Python junior

Por ChatGPT



1. **Conocimientos sólidos de Python:** Como programador de Python junior, necesitarás tener conocimientos sólidos del lenguaje de programación. Esto incluye conocimientos de sintaxis, tipos de datos, estructuras de control y módulos.
2. **Resolución de problemas:** La programación implica resolver problemas, por lo que es importante que seas bueno en la resolución de problemas y en la solución de problemas de manera creativa y eficiente.
3. **Habilidad para trabajar en equipo:** La mayoría de los proyectos de programación de Python implican trabajar en equipo, por lo que es importante tener habilidades de colaboración, comunicación y trabajo en equipo.
4. **Conocimientos de algoritmos y estructuras de datos:** Los algoritmos y las estructuras de datos son herramientas clave en la programación, por lo que necesitarás tener conocimientos sólidos en este área para poder desarrollar soluciones eficientes.
5. **Habilidad para aprender de forma autónoma:** La programación es un campo en constante evolución, por lo que es importante que tengas la capacidad de aprender de forma autónoma y mantener tus conocimientos actualizados.
6. **Atención al detalle:** La programación implica escribir código detallado y preciso, por lo que es importante tener una gran atención al detalle y ser meticuloso al escribir código.
7. **Pensamiento crítico:** Como programador de Python junior, necesitarás ser capaz de analizar y evaluar los problemas y soluciones de programación de manera crítica, a fin de encontrar la mejor solución posible.
8. **Habilidad para depurar el código:** En el proceso de programación, se producen errores que necesitan ser depurados. Ser capaz de localizar y resolver problemas en el código es una habilidad importante para un programador de Python.
9. **Flexibilidad y adaptabilidad:** Los proyectos de programación pueden cambiar rápidamente, por lo que es importante tener la capacidad de adaptarse y ser flexible en el enfoque para cumplir con las necesidades del proyecto.
10. **Habilidad para trabajar bajo presión:** Los plazos de los proyectos de programación pueden ser ajustados y los clientes pueden tener altas expectativas, por lo que es importante tener la capacidad de trabajar bajo presión y cumplir con los plazos.

10 mejores canales para buscar trabajo como programador de Python junior

Por ChatGPT



1. **LinkedIn:** Es una red social profesional que te permite conectarte con empleadores y encontrar oportunidades de trabajo en tu área de interés.

2. **Indeed:** Es uno de los sitios web de búsqueda de trabajo más populares, que te permite buscar trabajo en función de tus habilidades y ubicación.

3. **Glassdoor:** Es un sitio web de búsqueda de trabajo que también te permite buscar empresas y leer reseñas de empleados.

4. **SimplyHired:** Es un sitio web de búsqueda de trabajo que te permite buscar trabajos en función de tus habilidades y ubicación.

5. **Stack Overflow:** Es una comunidad en línea de programadores que también tiene una sección de trabajos de programación.

6. **AngelList:** Es un sitio web de búsqueda de trabajo que se centra en trabajos en startups y empresas emergentes.

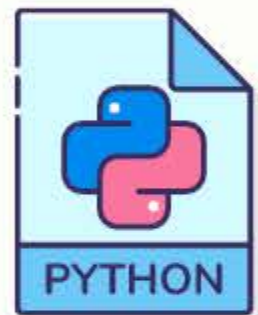
7. **Freelancer:** Es una plataforma de trabajo independiente que te permite buscar trabajos de programación en línea.

8. **Upwork:** Es una plataforma de trabajo independiente que te permite buscar trabajos de programación en línea.

9. **Jobvite:** Es una plataforma de contratación que se utiliza a menudo por empresas de tecnología y startups.

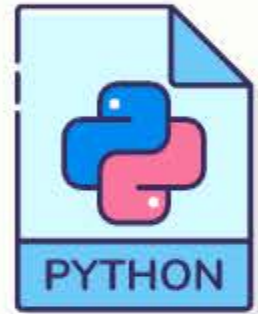
10. **Redes sociales:** Utiliza tus redes sociales para conectarte con empleadores y buscar oportunidades de trabajo en línea. Puedes buscar en grupos de LinkedIn, Twitter, Facebook y otros canales relevantes para tu área de interés.

Recuerda que es importante personalizar tu enfoque de búsqueda de trabajo y estar atento a las oportunidades en tu área local. También es importante tener una presencia en línea fuerte, como un perfil de LinkedIn actualizado y un portafolio en línea que demuestre tus habilidades de programación de Python.



10 errores comunes que se cometen al buscar trabajo como programador de Python junior

Por ChatGPT

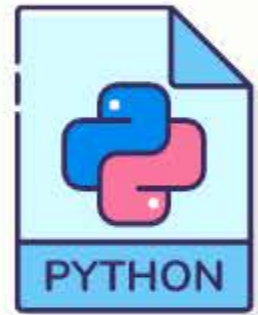


1. **Enviar solicitudes de trabajo genéricas:** No personalizar tu solicitud de trabajo para cada puesto al que te postulas puede hacer que parezcas desinteresado o poco calificado para el trabajo.
2. **No investigar a la empresa:** No investigar a la empresa y sus proyectos puede hacerte parecer poco interesado en la oportunidad.
3. **Enviar currículums y solicitudes de trabajo con errores:** Enviar solicitudes con errores en tu currículum, carta de presentación o correos electrónicos puede ser visto como una falta de atención al detalle y desorganización.
4. **No tener un portafolio:** No tener un portafolio de trabajo o proyectos para demostrar tus habilidades y experiencia puede hacer que parezcas poco calificado para el trabajo.
5. **Esperar una respuesta inmediata:** Esperar una respuesta inmediata después de enviar una solicitud de trabajo puede ser frustrante, pero no es realista. Los procesos de contratación pueden tardar semanas o incluso meses.
6. **No estar abierto a oportunidades:** Limitarte a un solo tipo de trabajo o empresa puede reducir tus oportunidades de conseguir trabajo.
7. **No actualizar tus habilidades:** No mantener tus habilidades actualizadas y no aprender nuevas tecnologías y habilidades puede hacerte menos atractivo para los empleadores.
8. **No construir tu red:** No construir tu red y no conectar con otros programadores y profesionales en tu campo puede limitar tus oportunidades de trabajo.
9. **Ser deshonesto:** Ser deshonesto en tu currículum o en una entrevista de trabajo puede ser perjudicial para ti y para la empresa.
10. **No prepararte para la entrevista:** No prepararte para la entrevista, incluyendo investigar a la empresa, practicar tus habilidades y prepararte para preguntas comunes, puede hacerte parecer poco preparado y poco interesado en la oportunidad.

Infografía creada por @VallejoAngeles y @alfredovela

10 consejos para utilizar adecuadamente LinkedIn para encontrar trabajo como programador de Python junior

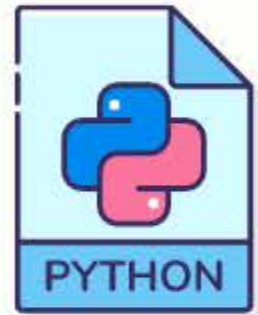
Por ChatGPT



1. **Optimiza tu perfil:** Asegúrate de que tu perfil esté completo y actualizado con una descripción detallada de tus habilidades y experiencia. Utiliza palabras clave relevantes para el trabajo que estás buscando.
2. **Conéctate con profesionales en tu campo:** Conectarte con otros programadores de Python, líderes de empresas y reclutadores en LinkedIn puede aumentar tus posibilidades de conseguir un trabajo.
3. **Únete a grupos de LinkedIn relevantes:** Únete a grupos de LinkedIn relevantes para tu área de interés y participa en las discusiones para construir tu red y aumentar tu visibilidad.
4. **Publica contenido relevante:** Comparte artículos, noticias y contenido relacionado con la programación de Python y demuestra tu conocimiento y experiencia.
5. **Busca y solicita trabajo:** Utiliza la función de búsqueda de trabajo en LinkedIn para encontrar trabajos relevantes y envía solicitudes de trabajo a las empresas de tu interés.
6. **Personaliza tu solicitud de trabajo:** Personaliza tu solicitud de trabajo para cada empresa a la que te postulas para destacar tus habilidades relevantes y por qué eres un buen candidato.
7. **Haz networking en eventos y ferias:** Asiste a eventos y ferias relacionados con la programación de Python y haz networking con otros profesionales en tu campo.
8. **Solicita recomendaciones:** Solicita recomendaciones de otros programadores de Python con los que has trabajado anteriormente para demostrar tu habilidad y experiencia.
9. **Sé activo en LinkedIn:** Sé activo en LinkedIn, interactúa con otros profesionales y comparte tus pensamientos y opiniones en publicaciones y discusiones.
10. **Mantén una presencia profesional en línea:** Asegúrate de que tu presencia en línea, incluyendo tu perfil de LinkedIn, esté en línea con tu búsqueda de trabajo y se vea profesional y actualizado.

10 consejos para crear un portafolio efectivo que te ayude a encontrar trabajo como programador de Python junior

Por ChatGPT



1. **Incluye proyectos relevantes:** Asegúrate de incluir proyectos que sean relevantes para el trabajo que estás buscando. Esto puede incluir proyectos que hayas trabajado en colaboración con otros programadores o proyectos personales que hayas creado.
2. **Muestra tus habilidades:** Elige proyectos que muestren tus habilidades y experiencia en la programación de Python, incluyendo tus habilidades en análisis de datos, machine learning, web development, etc.
3. **Describe los proyectos:** Asegúrate de incluir una descripción detallada de cada proyecto, incluyendo el propósito, las herramientas y tecnologías utilizadas y tu papel en el proyecto.
4. **Incluye tu proceso de trabajo:** Describe tu proceso de trabajo, incluyendo cómo planificaste el proyecto, cómo lo implementaste y cómo lo probaste.
5. **Muestra resultados:** Incluye resultados concretos que hayas obtenido en tus proyectos, como mejoras en el rendimiento o la eficiencia.
6. **Muestra tu pensamiento crítico:** Asegúrate de incluir proyectos que muestren tu pensamiento crítico y tu capacidad para resolver problemas.
7. **Utiliza un diseño limpio y profesional:** Asegúrate de que tu portafolio tenga un diseño limpio y profesional que sea fácil de navegar y que muestre tus proyectos de manera clara.
8. **Incluye enlaces a proyectos en línea:** Si es posible, incluye enlaces a proyectos que estén disponibles en línea para que los empleadores puedan verlos en acción.
9. **Actualiza tu portafolio regularmente:** Asegúrate de actualizar tu portafolio regularmente con nuevos proyectos y mejoras en proyectos existentes.
10. **Pídele a otras personas su opinión:** Pídele a amigos, familiares o colegas que revisen tu portafolio y te den su opinión honesta. Esto puede ayudarte a identificar áreas de mejora y hacer tu portafolio más efectivo.

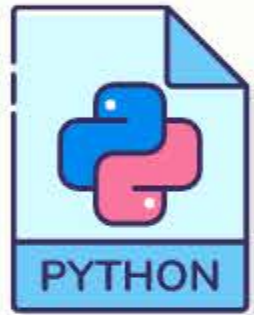
Infografía creada por @VallejoAngeles y @alfredovela

¿Cómo debiera de ser la estructura adecuada para mi portafolio?

Por ChatGPT



La estructura de tu portafolio puede variar según tus habilidades, experiencia y preferencias personales. Sin embargo, hay algunas secciones clave que deben incluirse en la mayoría de los portafolios. Aquí te presento una estructura básica para un portafolio de programador de Python junior:



1. **Página de inicio:** La página de inicio debe incluir una breve biografía y una foto de perfil profesional. También puedes incluir una lista de tus habilidades clave y un resumen de tus proyectos destacados.
2. **Sobre mí:** En esta sección, puedes contar tu historia personal y profesional, tus objetivos y motivaciones, y cualquier cosa que te haga destacar.
3. **Proyectos:** La sección de proyectos debe incluir una lista de tus proyectos más importantes y relevantes. Cada proyecto debe incluir una descripción detallada, incluyendo el propósito, las herramientas y tecnologías utilizadas y tu rol en el proyecto. También puedes incluir capturas de pantalla y enlaces a los proyectos en línea, si es posible.
4. **Experiencia laboral:** En esta sección, debes incluir tu historial laboral relevante, con detalles sobre las empresas y el tiempo que trabajaste con ellas. Asegúrate de destacar tus logros y habilidades específicas que adquiriste en cada trabajo.
5. **Educación:** Aquí debes incluir tu historial académico, incluyendo cualquier título o certificación relevante.
6. **Habilidades:** En esta sección, debes listar tus habilidades clave, como programación en Python, análisis de datos, machine learning, etc.
7. **Testimonios:** Si tienes testimonios de clientes anteriores, compañeros de trabajo o supervisores, inclúyelos en una sección de testimonios. Esto puede agregar credibilidad a tu portafolio.
8. **Contacto:** En la sección de contacto, debes incluir información para que los empleadores puedan ponerse en contacto contigo, como tu correo electrónico, teléfono, y perfiles en redes sociales.



Recuerda que tu portafolio debe ser fácil de navegar y tener un diseño limpio y profesional. También debes actualizarlo regularmente con nuevos proyectos y experiencias.

Infografía creada por @VallejoAngeles y @alfredovela



DOCUMENTOS DE INTERÉS

MAPA DEL TALENTO EN ESPAÑA 2023

El documento "Mapa del Talento en España 2023" elaborado por la Fundación Cotec e Ivie presenta un análisis detallado sobre la atracción y retención del talento en España y su comparación con Alemania, enfocándose en los flujos migratorios y las capacidades de ambas naciones para atraer y retener talento. Esta tercera edición mantiene la metodología de la segunda pero explora más a fondo la relación entre el Índice de Talento Cotec-Ivie y los flujos migratorios, aunque reconoce las limitaciones de las fuentes estadísticas disponibles, particularmente en la especificidad de los datos sobre talento.

El informe destaca que la emigración española al resto del mundo está dominada por personas con educación superior, con un porcentaje significativo de mujeres, lo que indica una disposición a buscar progreso profesional fuera de España. Alemania es señalada como un destino clave de emigración española, siendo el tercer destino migratorio después del Reino Unido y Francia. A diferencia de estos, Alemania no se enfoca en trabajos agrícolas de temporada.

El documento también hace un análisis comparativo entre España y Alemania en términos de atracción de talento, utilizando el Índice de Talento Cotec-Ivie. Mientras que algunas regiones españolas, como la Comunidad de Madrid, se destacan por su capacidad de atraer talento, en general, las comunidades autónomas de España muestran una diversidad en su capacidad de atraer y retener talento, divididas en zonas avanzadas, intermedias y menos avanzadas.

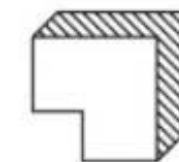
Además, el informe señala la importancia de la inversión en activos intangibles y la capacidad de atraer y retener talento como factores clave para el crecimiento económico y la distribución de la población en el territorio. Señala la relevancia de la actualización bienal de la información para detectar potenciales cuellos de botella y la evolución de las fortalezas y debilidades territoriales.

Finalmente, el documento propone que el análisis detallado de las variables que componen el Índice de Talento Cotec-Ivie puede proporcionar información valiosa para el diseño de políticas públicas y privadas orientadas a mejorar la atracción y retención del talento en España y sus regiones, asegurando un modelo de crecimiento basado en el conocimiento, la innovación y la competitividad internacional.

Fuente: <https://cotec.es/informes/mapa-del-talento-2023/>



INFORME COTEC



MAPA DEL TALENTO EN ESPAÑA 2023

La capacidad de atracción de Alemania



COTEC Ivie

PONLE FIN AL PARO

PONLE FIN AL PARO



La "Guía de empleo para parados de larga duración" elaborada por el departamento de comunicación de la Fundación Adecco proporciona un compendio de consejos y estrategias dirigidas a personas que llevan un tiempo considerable sin empleo, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad social. A través de un enfoque constructivo y motivador, la guía aborda diversos aspectos esenciales en el proceso de búsqueda de empleo, tales como:

1. **Afrontar con Ilusión la Búsqueda de Empleo:** Subraya la importancia de mantener una actitud positiva, considerando la actitud como un elemento multiplicador en el proceso de búsqueda de empleo. Sugiere fortalecer lazos familiares, cuidar las amistades, buscar asesoramiento profesional, evitar la queja y asumir la responsabilidad personal en la búsqueda de empleo.
2. **Conocimiento del Mercado Laboral:** Recomienda realizar un diagnóstico sobre la evolución y situación actual del mercado laboral, identificando las habilidades y competencias demandadas.
3. **Establecimiento de Metas y Objetivos:** Insta a los lectores a definir un propósito laboral claro, enfocándose en sus fortalezas y debilidades mediante un proceso de autoconocimiento.
4. **Construcción de Marca Personal:** Ofrece consejos para mejorar la marca personal, enfatizando la revisión del currículum, la personalización para cada oferta de empleo, y la relevancia de la imagen personal en el proceso de selección.
5. **Digitalización de la Búsqueda de Empleo:** Destaca la transformación de la búsqueda de empleo a través de Internet y las redes sociales, proponiendo estrategias para optimizar la presencia digital.
6. **Estrategias de Búsqueda de Empleo:** Presenta tácticas para ampliar la red de contactos, incluyendo voluntariado, formación, y la utilización de redes sociales y portales de empleo en Internet.
7. **Persistencia en la Búsqueda:** Finalmente, la guía motiva a los lectores a no rendirse nunca, subrayando que la perseverancia es clave para superar el paro de larga duración.

Este recurso se ofrece como una herramienta de apoyo para reorientar y dinamizar la búsqueda de empleo, animando a los individuos a adoptar un enfoque proactivo y positivo hacia el logro de sus objetivos laborales.

TENDENCIAS DE TALENTO 2023

El informe "Tendencias de Talento 2023" de Randstad Sourceright destaca cómo los líderes de talento están adaptando sus estrategias para enfrentar los desafíos del cambiante entorno laboral. Con más de 900 líderes de capital humano encuestados en 18 mercados globales, el informe revela un cambio hacia la creación de valor a largo plazo y el impacto en el rendimiento empresarial, alejándose del enfoque en el ahorro de costes. Los hallazgos indican un aumento significativo en la importancia de la agilidad de la plantilla y el impacto mensurable de las estrategias de talento en el negocio. Además, se resalta la colaboración más estrecha entre RR.HH. y los líderes empresariales para preparar a la plantilla para los altibajos económicos a través de prácticas innovadoras y experiencias excepcionales de talento que promuevan el compromiso, la satisfacción, la productividad y la retención.

El informe también discute el papel de la tecnología en la creación de experiencias atractivas para el talento y cómo muchas empresas continúan contratando en sectores altamente demandados, como la IA y el análisis de datos. Se aborda la importancia de la experiencia del talento como un factor crítico en las estrategias de personal, destacando la competencia por competencias especializadas y la necesidad de una propuesta de valor atractiva para el empleado y una cultura organizacional auténtica, empática e inclusiva.

Una tendencia clave es la necesidad incesante de talento, independientemente de los ciclos económicos, con casi la mitad de los líderes de capital humano señalando la escasez y el retiro de personal como uno de sus mayores desafíos. El informe identifica 10 tendencias principales para construir un plan de talento empresarial resiliente y centrado en las personas, incluyendo la superación de la escasez de talento, la optimización de las inversiones tecnológicas y la importancia de la diversidad, equidad e inclusión. Además, el informe subraya el concepto de "salud empresarial", reflejando un optimismo moderado en la mayoría de los mercados con respecto a las perspectivas futuras.

Fuente: https://dghqs88jwgcws.cloudfront.net/wp-content/uploads/2023/07/talents_trends_2023_es.pdf?x49428

tendencias de talento 2023

redefine el plan de
talento de tu empresa



**Puedes suscribirte al canal de WhatsApp sobre
Orientación Laboral (es gratuito)
(haz clic en el enlace o en la imagen)**



Enlace: <https://whatsapp.com/channel/0029ValxmS75P017dgL6P33n>

**Puedes unirte al servidor de Discord sobre
Orientación Laboral (es gratuito)
(haz clic en el enlace o en la imagen)**



Enlace: <https://discord.gg/uV6dxSfk>

PODEMOS AYUDARTE EN:

- FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES PARA EMPRESA (PRESENCIAL/ONLINE)
- CONFERENCIAS/TALLERES/SEMINARIOS
- CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA ELEARNING Y MARKETING
- CONSULTORÍA MARKETING DIGITAL, DIGITALIZACIÓN Y REDES SOCIALES
- ORIENTACIÓN LABORAL
- ORGANIZACIÓN EVENTOS DIGITALES
- CONSULTORÍA Y DESARROLLO DE MARCA PERSONAL