



# CURSO PRÁCTICO DE IA GENERATIVA E IA ENFOCADA A NEGOCIO

F.4811.005.002

## Empleabilidad

Efrén J. Rodríguez

20/11/2024



## MP+





# Fundamentos de la comunicación





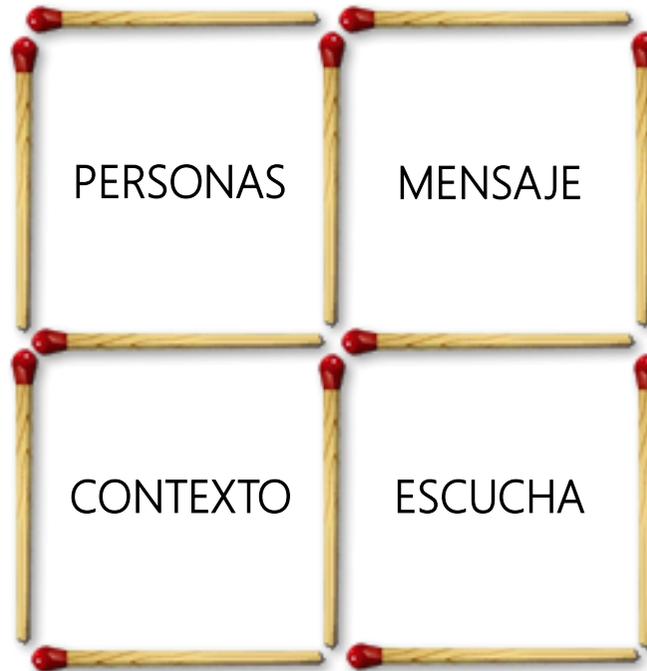
# El lenguaje crea realidades

“El lenguaje no sólo nos permite hablar sobre las cosas:  
el lenguaje hace que sucedan cosas”.

**Rafael Echeverría, coach ontológico**



# Componentes de la comunicación





## Otro enfoque

Saber dirigir el **mensaje apropiado**, a las **personas adecuadas**, en el **momento oportuno** y por el **canal más efectivo**, son los sumandos de la **comunicación exitosa**.



**Mensaje apropiado**  
**Personas adecuadas**  
**Momento oportuno**  
**Canal más efectivo**  
**Comunicación exitosa**





## Lo verbal, lo no verbal y lo paralingüístico





# ¿Qué nos está comunicando?





## ¿Qué nos está comunicando?





## ¿Qué nos está comunicando?





## ¿Qué nos está comunicando?





## ¿Qué nos está comunicando?





# ¿Qué hay de nuevo en la comunicación?

<http://linoit.com/users/ProfesorEJR/canvases/Amy%20Cuddy>





## Antes de la entrevista



# Errores de comunicación



## LAS ESTADÍSTICAS MUESTRAN QUE LAS PRIMERAS IMPRESIONES VIENEN DETERMINADAS POR:



## LAS COSAS QUE TIENEN UN MAYOR IMPACTO EN LAS PRIMERAS IMPRESIONES:



Datos obtenidos a través de una entrevista realizada a 2.000 Directivos de RRHH



# CV+CP+TV

## ¿QUIÉN SOY?

En agosto de 2012 llevé a mi abuelo de 87 años a Nueva York. Para financiar el viaje, trabajé todo el verano en una fábrica de la SEAT, como Charlot en *Tiempos Modernos*

Me encanta tocar la guitarra. Solía doblar la capacidad del Dublin Sport Tavern cuando tocaba con un amigo. Empezábamos con los Beatles, claro

Siempre dispuesto a charlar, con una buena cerveza. Soy de **mente abierta**. He vivido 4 años con más de 150 estudiantes de diferentes partes del mundo, en el Colegio Mayor Belagua

Me apasiona entrevistar a gente, ganarme su confianza y aprender. Por esta inquietud y la de otros amigos nació [respublica.es](http://respublica.es) donde escribimos sobre la vida

## EDUCACIÓN

Educado por unos padres excepcionales

**Historia y Periodismo**  
Universidad de Navarra

Estudio gracias a una beca. Colaboro en el Departamento de Proyectos Periodísticos

Colegio La Farga, Sant Cugat del Vallés

## TRABAJO

Servicio Actividades Culturales de la Universidad de Navarra

Prácticas en 'La Vanguardia', 'Diario de Navarra' y en 'ToT Sant Cugat'

Servicio de Admisión de la Universidad de Navarra

Pinturas Cabanas (dependiente)

Gearbox del Prat - SEAT (cadena de montaje)

Profesor particular y de guitarra

## SE ME DA BIEN...

Trabajo bien en equipo y soy motivador

**Software:** Photoshop, Dreamweaver, Indesign, iMovie y Microsoft Office (Word, PowerPoint y Excel). Conocimiento básico de html.

**Hobbies:** guitarra, fotografía, leer y escribir. Suelo salir a correr (soy subcampeón de Catalunya en relevos 4x300 m)

## LENGUAS

Castellano, catalán e inglés



## IGNASI BENGURÍA ROCA

Hay que arriesgar. A veces se gana, a veces se aprende

 @InasMc

 [Redacted email address]

 Edad: 21 (Julio '92) / Municipio: Sant Cugat del Vallés

## ¿QUIÉN SOY?

En agosto de 2012 llevé a mi abuelo de 87 años a Nueva York. Para financiar el viaje, trabajé todo el verano en una fábrica de la SEAT, como Charlot en *Tiempos Modernos*





# Integración BMC-P





## Egosurfing:

¿Qué información hay sobre mí en Internet?

- Búsqueda por Nombre + Apellido
- Búsqueda con el email incluido en el CV
- Búsqueda a través del DNI
- Búsqueda de la información que Google tiene sobre nosotros: <https://google.com/myactivity>



**LinkedIn** como  
Red Social profesional



# LinkedIn





# Linked out<sup>®</sup>



990.000.000





## Información de interés sobre LinkedIn:

- La plataforma tiene miembros en 200 países
- La distribución geográfica de los usuarios incluye:
  - 227 millones en Europa
  - 244 millones en Asia Pacífico
  - 136 millones en América Latina
  - 49 millones en Medio Oriente y África
- En cuanto a género, el 56.3% de los usuarios se identifican como hombres y el 43.7% como mujeres
- LinkedIn recibe 1.600 millones de visitas mensuales
- Cada semana, 61 millones de personas utilizan LinkedIn para buscar trabajo
- Hay 67 millones de empresas registradas en la plataforma

Fuente: Perplexity



# Regresamos en 20 minutos



# Un estudio

# El Estudio de LinkedIn 2024

Conclusiones y tendencias tras analizar 1.578.969 publicaciones de 41.170 cuentas.



## 13-15 SEG

El tiempo medio de visualización de un vídeo.



## 32%

El carrusel supera en engagement al resto de formatos.



## 1-4

Promedio de carruseles publicados al mes



## 1-3 #

La cifra exacta para conseguir más interacciones.



## 10H

La mejor hora para publicar, seguido de las 9 AM y las 11 AM

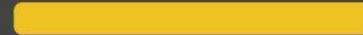


## MIÉRCOLES

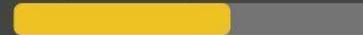
El mejor día para publicar, seguido del jueves y viernes

## MEJORES FORMATOS

**Carrusel** 1.387,2 impresiones



**Imagen** 703,3 impresiones



**Videos** 672,2 impresiones



**Textos** 589,6 impresiones



## COMPARTIDOS

Carrusel | Imagen | Texto | Vídeo

HUGE: 5,99 | 6 | 3,55 | 6,88



BIG: 3,97 | 3,36 | 1,6 | 3,82



MEDIUM: 1,98 | 1,89 | 0,9 | 2,21



SMALL: 1,05 | 0,99 | 0,62 | 1,14



TINY: 0,48 | 0,32 | 0,24 | 0,36



## RECUERDA



### Apuesta por los carruseles

Es el formato con más impresiones e interacciones.



### Publica por la mañana

9-11 AM las mejores horas y miércoles / jueves mejores días.

# Tendencias en Redes Sociales 2024

¿Dónde publicas?

RED SOCIAL	OBJETIVOS	AUDIENCIAS	TENDENCIAS
<b>facebook</b>	Presencia de marca	Baby Boomers, Generación X, Millenials	Descenso del 56% en todas las métricas, reducción de frecuencia de publicaciones, aumento del 4% de engagement en Reels.
<b>TikTok</b>	Awareness / Alcance	Late millenials, Gen Z	Incremento en frecuencia semanal en cuentas pequeñas y aumento del alcance en 65% y duración de videos.
<b>twitch</b>	Crear comunidad	Late millenials, Gen Z	Menos frecuencia de streamings pero más duración. Las suscripciones y visualizaciones bajan en 40%.
<b>Instagram</b>	Descubrimiento, Consideración, Decisión	Generación X, Millenials, Gen Z	Incremento de reels en 8%, stories bajan en 3% y post en 5%. El alcance y la interacción aumenta en cuentas pequeñas.
<b>YouTube</b>	Aportar valor a través de contenido evergreen	Generación X, Millenials, Gen Z	Disminución de publicaciones semanales pero media de interacción aumentó en 12%.
<b>Pinterest</b>	Awareness y Descubrimiento	Generación X, Millenials, Gen Z	La media de pines publicados aumenta en 5% al igual que los clics pero bajan las impresiones en 28%.
<b>X</b>	Consideración e Interacción	Generación X, Millenials, Gen Z	Aumento de las impresiones en 98% con menos publicaciones pero más interacción.
<b>LinkedIn</b>	Consideración e Interacción	Profesionales todas las generaciones	Incremento de publicaciones, de impresiones y sube el engagement en 29%
<b>Google My Business</b>	Ser encontrado	Todas las generaciones	Las imágenes son los favoritos de los usuarios. Se han incrementado los clics, las reservas y las llamadas.

Fuente:  
**metricool**

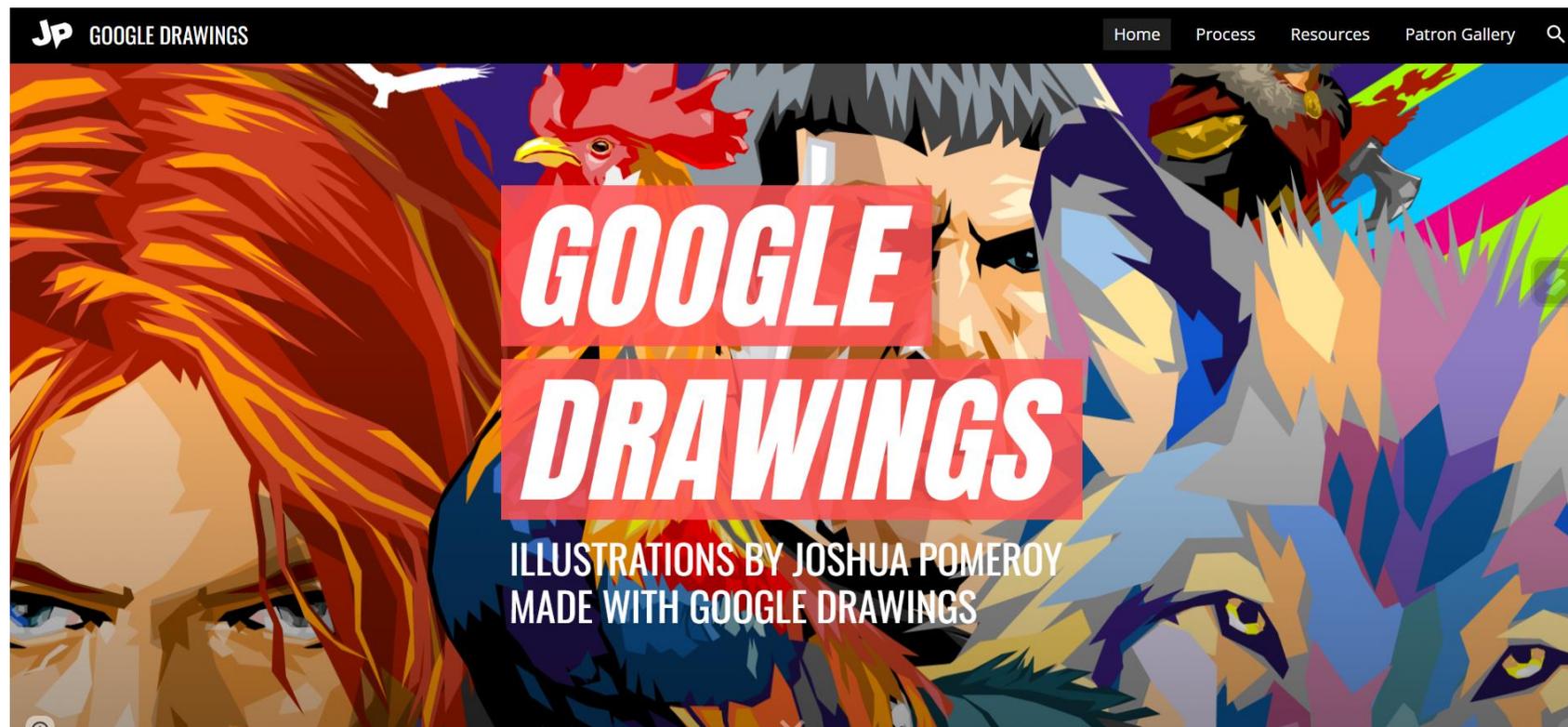


**Ceciel Sánchez**  
Digital Strategist



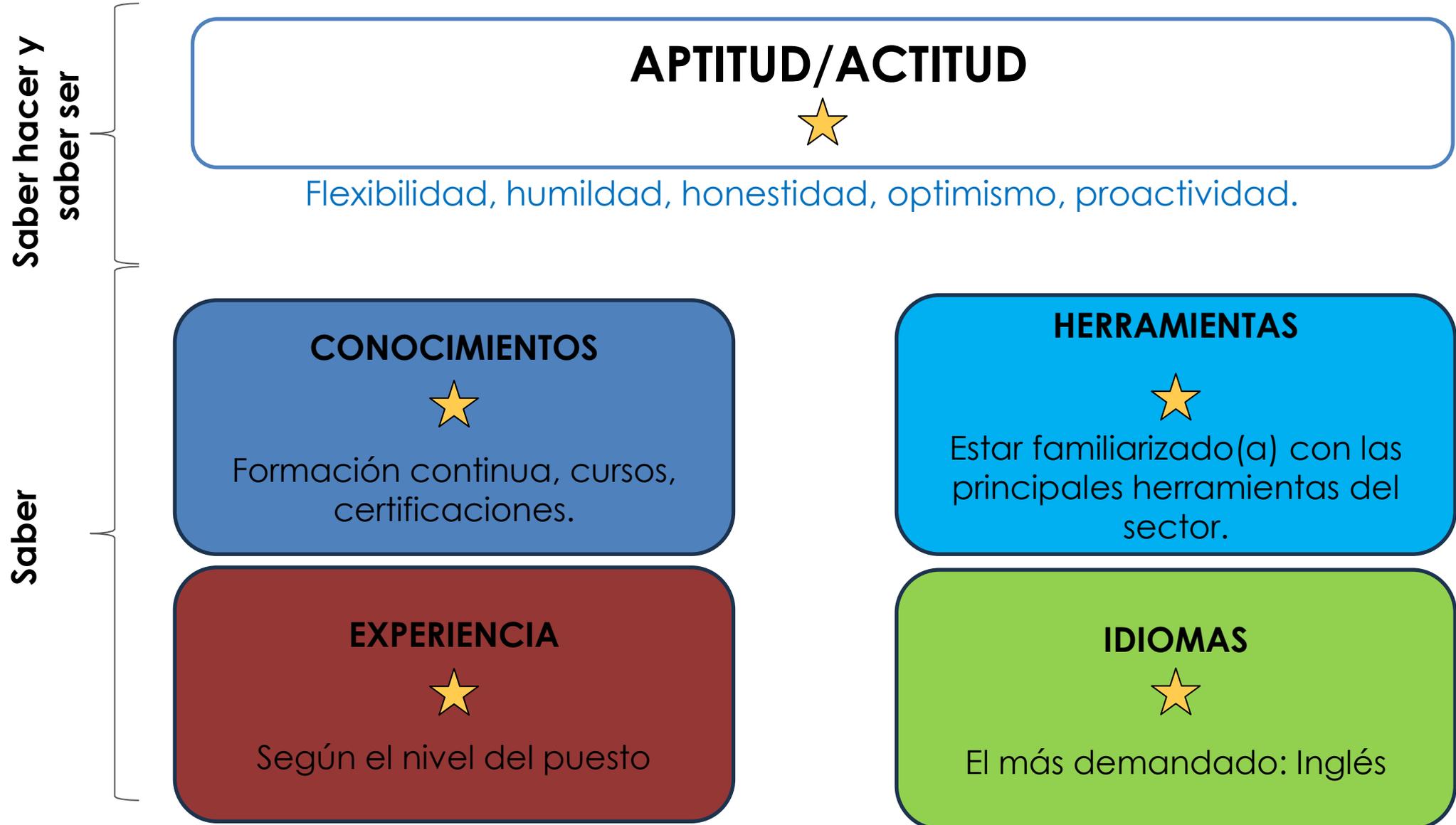
# Pensar también en un PORTAFOLIO DIGITAL

- ✓ Google site
- ✓ Wix
- ✓ Canva
- ✓ Behance
- ✓ GitHUB
- ✓ About me





## La entrevista





## Tipos de entrevistas más utilizadas:

- Tradicional
- Telefónica
- Por vídeo
- De panel
- De caso
- Técnica
- Situacional
- De grupo



## Preguntas habituales:



# La ENTREVISTA de TRABAJO





# La ENTREVISTA de TRABAJO

## ¿Cómo conseguir una entrevista de trabajo?

- ✓ Hay que tener: buen currículum, buena carta de presentación y un buen perfil de LinkedIn.
- ✓ Buscar ofertas de empleo no excluyentes.
- ✓ A través del NETWORKING o red de contactos personales y profesionales.



# La ENTREVISTA de TRABAJO

## 3. ¿Cuáles son las fases de una entrevista de trabajo?

- ✓ Presentación
- ✓ Desarrollo
- ✓ Cierre



# La ENTREVISTA de TRABAJO

## 4. ¿Cómo prepararte para una entrevista presencial?

- Cierra fecha y hora
- Decide el vestuario que vas a llevar
- Cuida tu higiene personal
- Lleva copias del CV, títulos formativos, referencias, portafolio (Todo en una carpeta)
- Puntualidad
- Conocimientos de la oferta con claridad
- Información sobre el reclutador
- Lleva tus preguntas preparadas
- Prepárate la entrevista
- Mantén el contacto visual durante la entrevista y cuida la comunicación
- Recuerda: “El reclutador no es tu amigo”





# La ENTREVISTA de TRABAJO

## 5. ¿Cómo prepararte para una entrevista en línea?

- Todas las que se ajusten a entornos presenciales
- Descarga con anterioridad la herramienta de videoconferencia a utilizar y haz pruebas
- Presta atención al perfil que tienes en la herramienta: foto y nombre
- Prepara el lugar
- Avisa a las personas cercanas que no te molesten





# La ENTREVISTA de TRABAJO

## 6. Tipo de preguntas en una entrevista:

### PREGUNTAS CURRICULARES

- ✓ Formación
- ✓ Experiencia
- ✓ Idiomas
- ✓ Ofimática

### PREGUNTAS TÉCNICAS

- ✓ Conocimientos técnicos específicos
- ✓ Desarrollo de tareas, procedimientos

### PREGUNTAS COMPETENCIALES

- ✓ Fortalezas
- ✓ Debilidades
- ✓ Competencias específicas para el cargo



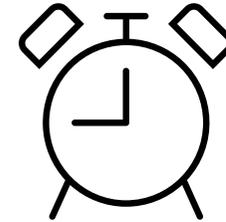
# La ENTREVISTA de TRABAJO

## Actividad 1: Preguntas más comunes

Ingresa a tu carpeta del DRIVE y responde las siguientes preguntas simulando que mañana harás una entrevista. Elige una de las ofertas encontradas en la sesión 2.

Luego haremos la puesta en común.

1. ¿Qué sabes de nuestra empresa?
2. ¿Qué has estudiado y por qué decidiste hacerlo?
3. ¿Qué puestos has ocupado?
4. ¿Por qué terminaste en tus anteriores empresas?
5. ¿Qué idiomas hablas?
6. ¿Qué conocimientos tecnológicos tienes?
7. ¿Cuáles son tus fortalezas? (argumentarlas)
8. ¿Cuáles son tus debilidades o puntos de mejora? (argumentarlas)
9. ¿Qué sueldo te gustaría recibir?
10. ¿Tienes alguna pregunta?



30 minutos para responder



# Claves de la Marca Personal



**5 PASOS PARA CONSTRUIR PERSONAL BRANDING EFECTIVO**

Una marca personal es una estrategia, la cual se basa en la percepción de una audiencia. Su objetivo es generar valor para los demás, así como valor y riquezas para uno mismo. Pero...  
**¿CÓMO SE CONSTRUYE?**

- 1 DEFINE TUS VALORES**  
  - ✓ Transparencia
  - ✓ Honestidad
  - ✓ Responsabilidad
  - ✓ Integridad
  - ✓ Verdad

Esto facilita la toma de decisiones, ya que evita hacer acciones contrarias a ellos.
- 2 DEFINE TU POSICIONAMIENTO**  

10mil LIKES

Es el lugar al que pretendes llegar. Que la gente piense y hable bien de ti, fundamentado en tus habilidades, experiencia y evidencia.
- 3 IDENTIFICA TUS HABILIDADES**  

Haz un inventario detallado de todas tus habilidades adquiridas y que consideras pueden ayudar a posicionarte.
- 4 VALIDA TUS HABILIDADES**  

Necesitas construir evidencia, es decir, todo aquel evento que compruebe que cuentas con esas habilidades. Debes difundir esa evidencia a través del social media, además de las relaciones que construyas durante tu carrera.
- 5 SÉ CONSISTENTE Y PERSEVERANTE**  

Comienza a desarrollar las habilidades, experiencia y evidencia necesarias para que tu marca personal se vaya fortaleciendo.

*Alfredo Sanchez* Marketing Tecnológico  
**LEISMARM** Tu marca es tu cambio



Adopta el mismo nombre de usuario en todas las redes sociales. Esto facilitará que te encuentren e identifiquen fácilmente.



Trata de ser constante en las publicaciones y coherente en los contenidos.



Adopta los contenidos a tu objetivo, según si estás buscando empleo, quieres aumentar tu red de contactos o quieres promocionar tu emprendimiento.



Borra fotos comprometidas o poco apropiadas.



Evita temas polémicos como la política o religión.



Presta atención a tu ortografía. Cuídala.



Sé honest@ y muéstrate como eres. L@s seguid@res valoran a las personas reales.



Publica tu propio contenido, pero también comparte el de otr@s. Así crearás comunidad.