

Imagen y marca

Competencias emocionales y
marketing personal para tu primera
práctica profesional



UTEC
PRESS

Imagen y marca

Competencias emocionales y
marketing personal para tu primera
práctica profesional



UTEC
PRESS

Imagen y marca personal

Competencias emocionales y marketing personal para tu primera práctica profesional, 2022

Autoras:

Sheyla Montoya Alarcón de Hamoir

Diana María Luna Torres

Coordinadora del curso Imagen y Marca Personal de la UTEC:

Antuané de la Flor Basterrechea

Edición, diseño y maquetación: www.editalo.pe

Fotografía de tapa: Karolina Grabowska© para Pexels

© UTEC Press 2022

Jr. Medrano Silva 165, Barranco

Lima 04, Perú

Teléfono: + 51-1 230 5020

Correo-e: utecpress@utec.edu.pe

URL: www.utec.edu.pe

ISBN eBook: 978-612-48515-2-0

Primera edición digital

Lima, UTEC Press, agosto 2022

Hecho el depósito legal N° en la Biblioteca Nacional del Perú:

2022-11073

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio mecánico o digital sin permiso expreso de los editores.

El objetivo de este manual es brindar herramientas a los estudiantes para que puedan entender y desarrollar su inteligencia emocional aplicada a la vida profesional. También funciona como una introducción al mundo y a los términos de la empleabilidad, con el fin de que puedan desarrollar su marca personal como un valor agregado y así reconozcan mejores oportunidades laborales.

ÍNDICE

Introducción al mercado laboral y a la empleabilidad	7
1. La empleabilidad como disposición de la persona	9
2. Inteligencia emocional: ¿por qué es tan importante?	13
3. Nuestra marca personal: ¿qué es y por qué es importante consolidarla?	28
4. Perfil competitivo y ventaja competitiva	35
5. Misión, visión y valores personales	41
6. Carrera de vida	45
7. Plataformas digitales	53
8. Comunicación efectiva	56
9. <i>Bonus track</i> personal/profesional	60
10. Carta de presentación	66
11. Entrevista	68
12. <i>Assessment center</i>	74
A modo de cierre: crea tu portafolio	78
Referencias bibliográficas	79

Querido/a estudiante:

El momento de buscar prácticas preprofesionales ha llegado. Podemos comprender la angustia que debes estar viviendo, la incertidumbre de saber si estás listo/a para emprender este nuevo camino profesional. Pero no te preocupes. Todos hemos pasado por este nuevo salto de nuestra vida universitaria a nuestra vida laboral, y podemos asegurarte que todo saldrá bien.

En tus manos tienes un manual interactivo con información relevante para emprender este nuevo rumbo: desde los primeros pasos que incluyen el autoconocimiento hasta pautas para enfrentar los procesos de selección.

Lee cuidadosamente cada uno de los capítulos, visita los enlaces recomendados y completa los ejercicios propuestos. Todo ello te permitirá avanzar con seguridad.

Es cierto que el mundo laboral es cambiante y que tenemos que adaptarnos constantemente a lo nuevo y desconocido.

Pero recordemos que lo principal es conocer a fondo nuestras competencias y habilidades, fortalezas y oportunidades de mejora, logros y limitaciones... Sobre todo, en este momento crucial de tu vida, es de suma importancia estar seguro de hacia dónde quieres ir, de cuál es tu meta de vida, de cuáles son tus objetivos y de por qué haces lo que haces.

Conociendo y reconociendo esto, ya habrás recorrido la mitad del camino.

Estamos seguras de que este manual aportará muchísimo en tu desarrollo personal y profesional.

¿Estás listo/a para comenzar? Empecemos.

Las autoras

INTRODUCCIÓN AL MERCADO LABORAL Y A LA EMPLEABILIDAD

¿Qué es el mercado laboral?

El *mercado laboral* o *mercado de trabajo* es aquel en el que existe una *oferta* y una *demanda* de trabajo a cualquier nivel y dirigido a cualquier profesional. La oferta la componen los profesionales que buscan alguna oportunidad laboral y que, por lo tanto, ofrecen su conocimiento, formación, tiempo y motivación para conseguir un puesto de trabajo. La demanda la conforman empresas, organizaciones o instituciones que buscan trabajadores con determinadas competencias para la actividad que desarrollan.

¿De qué hablamos cuando hablamos de empleabilidad?

El concepto de *empleabilidad* ha evolucionado en los últimos años. Antes era entendida como el número de tareas que se le asignaba a un trabajador o también como la capacidad de los empleados de llevar a cabo adecuadamente varias tareas y funciones (Feyter *et al.*, 2001). Sin embargo, y gracias al nuevo acercamiento a las competencias laborales, el concepto de empleabilidad ahora gira en torno de dos variables.

La primera variable se refiere a lo *personal*, e incluye los conocimientos, las competencias, las actitudes, la experiencia, la marca personal y los valores de cada quién. La segunda es una *variable externa*, y se refiere a la situación socioeconómica actual o que estemos enfrentando en algún momento específico. Entonces, cuando hablamos de empleabilidad, estamos frente a un término complejo —que incluye factores de índole global y local— e interactivo —cambiante, adaptable, flexible y veloz en su transformación—. Es decir, para considerarnos *profesionales empleables* debemos saber adaptar nuestras particularidades profesionales y personales, nuestras capacidades, nuestras competencias y nuestros conocimientos a las necesidades del mercado laboral en el que nos encontremos —y todo esto con el fin de no quedarnos “en el aire”—.

1

LA EMPLEABILIDAD COMO DISPOSICIÓN DE LA PERSONA

La palabra *empleabilidad* ha ido ganando valor no solo en el sector empresarial, sino también en el educativo. Ser *profesionales empleables* se ha convertido en un requisito para insertarse en el mercado laboral. Sin embargo, el sistema educativo no siempre genera las competencias necesarias que las empresas requieren, y los egresados salen al campo sin herramientas para competir con otros profesionales del mismo rubro (Ministerio de Educación, 2022).

¿Por qué se dice entonces que la empleabilidad debe ser vista como una *disposición personal*? La respuesta es sencilla. Cuando nos contratan para un puesto de trabajo, estamos cumpliendo con las competencias que la empresa contratante requiere en ese momento: es decir, somos considerados profesionales empleables. Pero si nos conformamos con ese *momento* particular en que fuimos empleables, si no ejercemos autonomía, si no le damos a nuestra marca personal la importancia necesaria ni la nutrimos con un aprendizaje constante y con capacitaciones, nos estancamos profesionalmente y perderemos esa primera viada.

Dicho lo anterior, la empleabilidad debe ser vista como una disposición personal desde un primer momento. Ella se desarrolla desde el primer día que ingresamos a la universidad y empezamos a acumular conocimiento (EU-LAC Foundation, 2022). Desde ese primer momento estamos construyendo un camino, un sendero, una marca personal. Por esta razón, la empleabilidad no es solo cuestión de *conocimiento*, sino también de *actitud*. Recordemos que la empleabilidad no debe ser entendida como una *característica estática*, sino como una cualidad *sujeta a cambio continuo* (Future for Work Institute, 2017).

Escobar (2005) distingue la empleabilidad como la continua realización, la adquisición o la creación de trabajo mediante el uso óptimo de competencias que actúan como prerrequisito a la empleabilidad.

Repasemos cinco competencias indispensables (Salas, 2018):

1. La *maestría ocupacional* es considerada como el capital humano para fortalecer las organizaciones. Es la capacidad para generar bienes o prestar servicios con altos niveles de desempeño laboral.
2. La *anticipación y optimización* se refiere a cuán preparados estamos para afrontar —de manera creativa— cambios laborales inesperados. Esta competencia se

ha hecho relevante, por ejemplo, durante los años de incertidumbre laboral por la pandemia del COVID-19. ¿Cómo enfrentamos estos cambios inesperados? ¿Podemos anticipar esta problemática o alguna similar?

3. La *flexibilidad personal* se concentra en (a) la habilidad de las personas para adaptarnos a cambios en el ámbito laboral y (b) en la facilidad para adaptarnos a mercados ajenos. Es decir, al rápido amoldamiento a diversos rubros o áreas fuera de nuestra experiencia. ¿En qué sector o en qué área quiero estar? ¿Estoy preparado para reubicarme?
4. En la competencia del *sentido corporativo* el trabajo en equipo brilla por su presencia como parte de la responsabilidad colectiva, alineado hacia un objetivo en común. Es una comunidad o ciudadanía organizativa donde todos los elementos comparten conocimientos, experiencias, objetivos y fracasos.
5. La última competencia es el *equilibrio*: el balance entre los intereses propios — que pueden ser personales, laborales, académicos— y los del empleador — la carga horaria, el salario y los beneficios, entre otros factores—. Esta competencia podría considerarse la más difícil de desarrollar dentro de las organizaciones, ya que la carga emotiva diferencial entre los dos frentes es de suma importancia.

Entonces, al hablar de la empleabilidad como una disposición personal, también tendríamos que referirnos a la propia percepción de ser o no empleables y a cómo esta afecta directamente en la confianza y en la seguridad frente a las oportunidades laborales. Este último aspecto nos invita a preguntarnos si nos sentimos empleables. ¿Conocemos nuestras capacidades, competencias y habilidades? ¿Reconocemos oportunidades de mejora y trabajamos en ellas a conciencia?

En el siguiente capítulo trataremos el tema de la inteligencia emocional y, sobre todo, del primer escalón hacia ella: el *autoconocimiento*. Porque ¿cómo pretendemos hablar de empleabilidad si no sabemos quiénes somos?

2

INTELIGENCIA EMOCIONAL: ¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE?

Durante las últimas tres décadas, se ha hablado de inteligencia emocional y se ha discutido sobre su importancia para desarrollarla con el fin de adquirir un equilibrio en nuestras vidas. También se ha superpuesto la inteligencia emocional sobre la inteligencia cognitiva, lo cual ha traído consigo un sinnúmero de contradicciones y dilemas entre científicos y humanistas. Pero lo cierto es que, después de varios estudios, investigaciones, pruebas científicas y demás, se ha llegado a una gran conclusión: la inteligencia emocional es igual de importante que la inteligencia cognitiva. Una no es más importante que la otra, sino que ambas son complementarias. Y deberían estar en un melódico equilibrio en nosotros para que alcancemos el deseado éxito personal y profesional.

¿Pero qué tiene que ver todo esto con nuestro desarrollo profesional? Para responder, primero debemos tener clara la definición de *inteligencia emocional*.

¿Qué es inteligencia emocional?

Peter Salovey y John Mayer usaron por primera vez el término inteligencia emocional en 1990. La conceptualizaron a través de cuatro habilidades básicas:

1. la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con eficacia;
2. la habilidad para acceder y generar sentimientos que ayuden en el proceso del pensamiento;
3. la habilidad para comprender emociones; y
4. la habilidad para regular las emociones promoviendo el crecimiento emocional e intelectual.

Antes que ellos, el psicólogo americano Edward Thorndike, en su libro *Psicología educacional* (1920), concibió la *inteligencia social* como parte de la inteligencia cognitiva y afirmó que el correcto uso de ambas nos lleva a relacionarnos con efectividad con quienes nos rodean.

También mencionó las herramientas para tener un nivel adecuado de inteligencia social: empatía, liderazgo, inteligencia verbal, asertividad, saber escuchar y prestar atención, analizar el lenguaje verbal y no verbal, gestionar el contacto físico, interpretar correctamente las situaciones sociales que ocurren a nuestro alrededor y, finalmente, saber proyectar lo mejor de nosotros en todo momento.

En 1995, Daniel Goleman, psicólogo, periodista y escritor estadounidense, acuñó y popularizó el término *inteligencia emocional* gracias a su libro del mismo título. Para Goleman (1995), las emociones son medios o mecanismos de supervivencia que nos impulsan a la acción. Estas acciones —producidas por la estimulación del sistema límbico— transmiten información a nuestras células nerviosas. Ellas producen una serie de actos inconscientes que nos guían hacia la supervivencia mediante la adaptación al ambiente en el que nos desenvolvemos.

Entonces, la inteligencia emocional no solo implica el sentimiento, el entendimiento, el control y la modificación de las emociones propias, sino también de las emociones ajenas. Si la inteligencia emocional está íntimamente relacionada con la inteligencia y con el desarrollo social, hablamos de un entorno en el que cada persona se debería tomar en cuenta.

¿Cómo podemos desarrollar nuestra inteligencia emocional? ¿Cómo aprendemos a gestionar nuestras emociones? Y, sobre todo, ¿cómo comprendemos las emociones de los demás?

Veremos que Goleman entiende la inteligencia emocional como un cúmulo de habilidades y competencias que, al ser reconocidas, aceptadas y puestas en práctica, nos llevarán al anhelado equilibrio emocional.

Estas son las llamadas *competencias emocionales*:

1. Conciencia de sí mismo

¿Cómo pretendemos gestionar emociones que ni siquiera reconocemos en nosotros mismos? ¿Cómo pretendemos comprender a los otros sin conocer nuestras propias limitaciones?

Esta primera competencia emocional es el primer paso hacia la inteligencia emocional. Llegar a conocer cómo reaccionamos ante una situación particular, qué nos afecta, cómo gestionamos una emoción, cómo la regulamos, cómo reconocemos nuestras fortalezas y limitaciones, cómo trabajamos en equipo, etcétera, nos da el poder de decisión. La posibilidad de decidir qué hacer o cómo reaccionar ante un evento nos brinda seguridad y aprendizaje, nos lleva a la comprensión de nosotros mismos, nos da esa llave maestra que abre cualquier puerta interna (Goleman, 1995). Los componentes de esta competencia emocional son la *conciencia emocional*, la *correcta autovaloración* y la *autoconfianza*.

Ahora bien, aun cuando este es el primer paso hacia la inteligencia emocional, ¿cómo conseguimos darlo? ¿cómo nos podemos conocer?

Existe una infinidad de herramientas de autoconocimiento. Entre las más conocidas, tenemos las siguientes:

- 1. Test de 16 personalidades.** Es una prueba muy simple de resolver. Uno responde varias preguntas en un plazo máximo de 12 minutos. Al terminar, obtendrás un resultado interesante sobre el perfil de tu personalidad y una clara descripción.

—

RECOMENDACIONES

Como toda prueba, puede tener aciertos y desaciertos. Contesta siempre con la verdad, por más incómoda que pueda parecer la pregunta.

—

DÓNDE HACERLO

<https://www.16personalities.com/es>

- 2. Rueda de la vida.** Esta herramienta de autoconocimiento nos permitirá visualizar claramente nuestro aquí y ahora, nuestras prioridades y nuestro equilibrio o desequilibrio en la vida. Nos dirá en qué aspecto de nuestra vida estamos enfocando más la mirada y qué estamos descuidando.

—

RECOMENDACIONES

Sé honesto/a al darles puntaje a tus áreas. Guarda tu primera rueda de la vida. Así podrás compararla con otras en el futuro.

DÓNDE HACERLO

<https://goal-life.com/es/rueda-de-la-vida>

- 3. Ventana de Johari.** ¿Qué tanto conoces de ti mismo? ¿Crees que existan aspectos de ti mismo que ignoras? ¿Sabes qué transmites a los demás? ¿Sabes que lo que haces o dejas de hacer genera un impacto en cómo tratamos a los demás y, por ende, en cómo los demás nos tratan? Este test psicológico nos ayuda a aprender sobre nuestra personalidad y sobre cómo las personas nos están percibiendo. Nos ayudará a encontrar aspectos a mejorar y a optimizar nuestras relaciones interpersonales (Edwards, 2016).

—

RECOMENDACIONES

Sigue las instrucciones del test. Si hay algún aspecto que no llegas a comprender, consulta con un profesional de la salud mental. Recibe todo comentario con la mayor objetividad; no lo tomes de manera personal.

—

DÓNDE HACERLO

<https://coaching.joseleandrobaz.com/inteligencia-emocional/ventana-de-johari/>

4. FODA. Es una herramienta ampliamente conocida. Se trata de un análisis personal detallado de nuestra situación actual —que incluye identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas frente a una determinada situación—. Para ello, se puede elaborar un plan de acción centrado en nuestro aquí y ahora que beneficiará nuestra vida personal y profesional.

—

RECOMENDACIONES

Después del análisis FODA, trabaja en un plan para mejorar tus debilidades; intenta no dejarlo solo “en papel”. Guarda tu primer análisis para compararlo en el futuro y evaluar si sigues presentando las mismas debilidades o no has potenciado tus fortalezas: de ser así, puede que no estés trabajando en una mejora significativa.

—

DÓNDE HACERLO

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

2. Autorregulación

Es la segunda competencia emocional descrita por Goleman (1999), quien la define como la capacidad de regular los estados emocionales a un punto de referencia. La autorregulación viene de la mano con el autoconocimiento: es decir, una competencia no tiene sentido sin la otra, ya que de nada sirve que reconozcamos nuestras emociones si no podemos regularlas o manejarlas de manera adaptativa.

La autorregulación podría considerarse la competencia más compleja de desarrollar, por el hecho de que debemos llegar a conocernos a tal punto de que podamos gestionar una futura reacción ante una situación particular. Parece un camino intenso y complicado, pero, tomando en serio la gestión de emociones, podremos percibir grandes cambios en nosotros mismos y, a la vez, en el entorno que nos rodea, porque todos somos seres sociales que transmitimos mensajes a través del lenguaje no verbal y verbal. Componen esta competencia emocional el autocontrol, la confiabilidad, la conciencia, la adaptabilidad y la innovación.

Les recomiendo analizar el siguiente video, que trae consigo experiencias y aprendizajes sobre las emociones:

https://www.youtube.com/watch?v=KKQ_0egCJPg&t=3s&ab_channel=TEDxTalks

3. Empatía

La tercera de las competencias emocionales es la empatía. La empatía es el arte de considerar los sentimientos ajenos, saber cómo transmitir un mensaje, cómo actuar y entender el punto de vista de los demás, respetando siempre a cada ser humano (Goleman, 1995). Esta capacidad empieza en uno mismo: si no sabemos reconocer nuestros propios sentimientos o emociones, no será posible reconocer las emociones de los demás. Goleman describe a la empatía

como un “radar social”, ya que reconocemos y fijamos la mirada en el otro, comprendiendo y viendo las cosas desde su punto de vista, a pesar de no estar siempre de acuerdo o de no compartir sus opiniones.

Esta competencia es considerada un arte, ya que nos lleva a sincronizar con el lenguaje verbal y no verbal de los otros. Componen esta competencia emocional comprender y desarrollar a los otros, el servicio de orientación y la diversidad.

4. Motivación

La cuarta de las competencias emocionales es la motivación. Según Goleman, está basada en cuatro componentes emocionales:

1. el impulso de logro, que es el que nos lleva a mejorar;
2. el compromiso, que es la capacidad de respetar y asumir límites y jerarquías;
3. la iniciativa;
4. y el optimismo, que moviliza a los humanos para aprovechar oportunidades y superar dificultades.

A su vez, existen dos tipos de motivación: la intrínseca y la extrínseca. La motivación intrínseca proviene de nosotros mismos, de nuestro interior, y nos impulsa a generar cambios significativos para alcanzar un bien propio. La motivación extrínseca es la acción que realizamos para conseguir alguna recompensa externa: por ejemplo, los incentivos, las promociones o las mejoras laborales. Los componentes emocionales de la motivación y las motivaciones intrínseca y extrínseca cumplen roles importantes y, sobre todo, roles de movilización personal y profesional en nosotros.

5. Destrezas sociales

De la mano con la empatía, las destrezas sociales representan la habilidad para manejar las relaciones interpersonales y conducir las hacia una dirección deseada o determinada. Las anteriores competencias emocionales forman parte de la base y del complemento ideal para gestionar relaciones fructíferas y eficaces. Los componentes de las destrezas sociales son la influencia, la comunicación, el manejo de conflictos, el liderazgo y las capacidades de equipo (Goleman, 2015).

Podemos concluir que una persona emocionalmente inteligente es aquella capaz de gestionar satisfactoriamente las emociones para lograr resultados óptimos en sus relaciones

con los demás. De esta idea final se desprende la importancia de desarrollar y de mantener una inteligencia emocional equilibrada para que los aspectos personal y profesional de nuestras vidas se desenvuelva con normalidad. En vista de que siempre estamos causando alguna impresión en los demás, trabajemos en dejar una huella positiva en cada persona que conozcamos.

Si necesitan más información sobre la inteligencia emocional y conocer a detalle las competencias emocionales que la conforman, recomendamos que consulten el libro *La inteligencia emocional, por qué es más importante que el coeficiente intelectual* de Daniel. Pueden encontrarlo [aquí](#).

Bonus track

Tengamos en cuenta que, para trabajar en nuestra inteligencia emocional, debemos aprender a vernos por dentro, a respetar cada una de nuestras limitaciones y celebrar nuestras fortalezas. Durante cada paso hacia la inteligencia emocional nos deben acompañar una autoestima sana y equilibrada.

El *cerebro triuno* y la inteligencia emocional

En 1990, el neurocientífico Paul McLean sugirió la presencia de tres tipos de cerebro en los seres humanos. Estos tres tipos de cerebro se interrelacionan de manera melódica y cumplen, cada uno, roles específicos e importantes en nuestro sistema. McLean (1990) plantea que muchas de las decisiones que tomamos y el manejo de nuestras emociones tienen base significativa en estos tres tipos de cerebro, es decir, en el equilibrio perfecto entre sí.

En la lectura de McLean, el cerebro triuno se divide en tres:

- Cerebro reptiliano
- Cerebro límbico o emocional
- Cerebro racional o neocórtex

El *cerebro reptiliano*, o el cerebro instintivo o básico, es el más primitivo de todos (McLean, 1990). Es considerado como la estructura que regula nuestras funciones vitales y las conductas más instintivas relacionadas con la supervivencia. En este cerebro se procesan las experiencias primarias, las no verbales y las de aceptación o rechazo. A la vez, se encarga de organizar y procesar las funciones relacionadas con *hacer* y *actuar*, como las rutinas, los ritmos, la seguridad y los hábitos.

Chirinos (2007) afirma que esta estructura cerebral es responsable de la respiración, del ritmo cardíaco y de la presión sanguínea. Pero también se encarga de la rápida respuesta de adaptación ante lo desconocido. El autor también menciona que esta área del cerebro controla la reacción de “luchar o escapar” frente a amenazas. De ahí la importancia de conocer y reconocer las funciones y las utilidades que este cerebro nos brinda.

¿En qué parte del cerebro ubicamos al cerebro reptiliano?
En la parte baja del encéfalo, que está conformada por el cerebelo, la médula espinal y los ganglios basales.

El *cerebro límbico* o *emocional*, por su parte, se encarga del desarrollo sentimental y está asociado con la capacidad de sentir y desear. Este cerebro está compuesto por seis diferentes estructuras:

- el tálamo, que regula el placer y el dolor;
- la amígdala, que regula la oralidad, la protección, la nutrición y la hostilidad;
- el hipotálamo, que orienta la habilidad de cuidar a los otros;
- los bulbos olfatorios y la región septal, ambas encargadas de regular la sexualidad;

- y el hipocampo, responsable de la memoria de largo plazo (McLean, 1990).

En este sistema cerebral se desarrollan los procesos emocionales y los estados del amor, el goce, la depresión e inclusive el odio. Autores como Ranalli (2007), Vera (2008) y Ruiz (2008) afirman que en este sistema se constituyen la inteligencia afectiva y la motivacional, la promoción de la productividad, la satisfacción laboral y el aprendizaje.

Es interesante conocer que esta zona concentra una función adaptativa esencial en la que se producen respuestas emocionales y se genera un aprendizaje a nivel empírico.

En conclusión, el cerebro límbico o emocional regula nuestras emociones y modula la manera en la que las expresamos; está cercanamente relacionado con la inteligencia emocional y con los componentes emocionales que la conforman.

El *cerebro racional* o *neocórtex* es la parte más desarrollada y evolucionada del cerebro humano, y es única de nuestra especie. Se encarga del procesamiento de la información, de los sistemas cognitivos y de la toma de decisiones razonadas y lógicas (McLean, 1990).

El cerebro racional también es responsable de los procesos de autoconciencia, reflexión y organización. Esta área se divide en dos hemisferios: en el izquierdo la inteligencia racional es dirigida hacia formas de razonamiento y pensamiento; en el derecho es donde la inteligencia asociativa, creativa e intuitiva tienen lugar.

¿Dónde encontramos el neocórtex? En la zona superficial del encéfalo. Y conforma un 90% de la corteza cerebral.

Podemos preguntarnos entonces ¿cuál de los tres cerebros dirige nuestra toma de decisiones? ¿Qué implicancia tiene el cerebro triuno en nuestras vidas? Invitamos a leer y analizar estas dos fuentes de información donde podrán responder a esta pregunta y relacionar esta teoría científica con nuestra inteligencia emocional:

1. <https://www.psicologia-online.com/la-teoria-del-cerebro-triuno-de-maclean-4194.html>
2. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5907276.pdf>

3

NUESTRA MARCA PERSONAL: ¿QUÉ ES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE CONSOLIDARLA?

¿Qué es la marca personal?

Muchos conocemos el significado de marca personal, pero muy pocos conocemos su sentido y su importancia. *Marca personal* es una huella, una señal, es lo que dicen de nosotros cuando no estamos presentes, lo que transmitimos con nuestras palabras, con nuestro rostro o con nuestra mirada. Para crear y gestionar una marca personal única e irrepetible, primero debemos conocer qué características nos hace sobresalir, en qué somos relevantes, diferentes y visibles.

Vivimos en un entorno cambiante y bastante competitivo, donde “el factor diferencial” es apreciado y buscado (The Power Business School, 2022), donde la comunicación efectiva es cada día más difícil de hallar y donde encontramos la competencia no solo en profesionales de nuestro mismo rubro, sino también en los de rubros diferentes.

¿Por qué deberíamos construir nuestra propia marca personal?

Primero, una marca personal bien definida y gestionada genera un fuerte impacto en nuestro estatus profesional. La marca personal nos hace visibles ante la sociedad, nos ayuda a generar credibilidad y nos posiciona con firmeza en el mercado laboral.

¿En qué momento creamos nuestra marca personal?

Desde el primer momento en que creamos una cuenta en una red social, por ejemplo, estamos dando los primeros indicios de nuestra imagen y de nuestra marca personal. Por esta razón, debemos trabajar nuestros perfiles sociales con cuidado e inteligencia, siempre respetando nuestra privacidad y nuestros espacios personales de desarrollo. ¡Cuidado! Muchas veces expresamos pensamientos o ideas que solo manchan nuestra imagen personal. Actuemos con precaución, siempre de la mano de nuestros cerebros límbico y racional.

¿Cómo creo y gestiono adecuadamente mi marca personal?

Paso 1: autoconocimiento

Primero debemos conocernos a nosotros mismos. Si no conocemos ni reconocemos nuestras habilidades, compe-

tencias, atributos o capacidades, no podremos gestionar el primero de los pasos hacia crear nuestra marca personal: resaltar el producto —y el producto eres *tú*—.

En el *marketing comercial* un producto debe ser elaborado, transmitido y protegido. Pues de igual manera debemos gestionar nuestra marca personal. Si una marca comercial no conoce los atributos de su producto, entonces no podrá ser “marqueteado” ni mucho menos ser visible en el mercado.

El autoconocimiento es clave para este primer paso. Reconocer nuestras ventajas competitivas, así como nuestras limitaciones, nos hará crear una marca consciente y transparente. Recuerda que debemos analizar desde nuestras fortalezas hasta nuestras debilidades, pasando por los talentos, las habilidades, las competencias, el tipo de liderazgo, las motivaciones, las metas, los valores y los defectos.

La *ventaja competitiva* es cualquier característica, talento o atributo que nos distingue de otras personas y que nos sitúa en una posición relativamente superior frente a otros profesionales. Esta característica debe ser única y sostenible, y siempre basada en fortalezas (Expansión, 2022).

Paso 2: público objetivo

El segundo de los pasos para crear nuestra marca personal es conocer nuestro grupo o *público objetivo*. Esto fortalecerá nuestra marca, ya que no estaremos centrados en generalidades sino en especificidades. A la vez, podremos trabajar en fortalezas y competencias que estén íntimamente relacionadas con las necesidades de nuestro grupo objetivo.

¿Cómo reconozco mi público objetivo?

Tal vez al inicio sea complicado que nos centremos en un solo punto o sector, o inclusive en un solo rubro o grupo de personas. Pero mientras trabajemos en nuestro autoconocimiento, podremos delimitarlo de manera óptima. Si no sabemos hacia qué objetivo centrar nuestros esfuerzos, tal vez podamos comenzar preguntándonos dónde *no quisiéramos estar* y con qué grupo de personas *no nos gustaría trabajar*. Así será más sencillo llegar a nuestro punto de partida.

Paso 3: público objetivo

El tercero de los pasos al crear nuestra marca personal es trabajar en un *posicionamiento*. Este paso está relacionado con el anterior —reconocer nuestro público objetivo—. Ambos nos guiarán en la creación de nuestra marca personal.

La fortaleza y la autenticidad de una marca personal dependen del posicionamiento. Es nuestro público el que hace y refuerza nuestra marca. Depende de este grupo objetivo que nuestra marca pueda ser vista como algo positivo o negativo. Podemos crear una marca muy recomendada y de gran impacto, o todo lo opuesto: una marca rechazada y criticada.

Si quieres saber más sobre la importancia del posicionamiento y cómo crearlo e identificarlo, te invitamos a que visites este [enlace](#) (Medium, 2022).

Las 4P del marketing personal

Después de trabajar en los primeros pasos en la creación de nuestra marca personal, nos toca analizarnos a nosotros mismos como producto total, desgranando cada detalle de nuestras fortalezas y trabajando en nuestras oportunidades de mejora.

Las 4P del marketing personal son producto, plaza, precio y promoción:

1. **Producto.** Se refiere a la propia persona, es decir a ti mismo, a tus habilidades, actitudes, conocimientos, creatividades, aptitudes, etcétera. De nuevo, tenemos que recurrir al autoconocimiento para describirnos fielmente. Puedes comenzar preguntándote ¿quién soy?, ¿qué puedo hacer?

2. **Plaza.** Implica identificar los escenarios en los que quieres desarrollarte o en los que podrías llegar a ser exitoso/a.
3. **Precio.** Es el valor que generamos en el mercado. En este paso es importante reconocer objetivamente qué situación actual tenemos en el mercado y qué puestos de trabajo existen para nuestra profesión, así como ver cuánto se está ofreciendo o pagando y por qué. Para generar mejores ingresos o salarios, tendríamos que trabajar diariamente en nuevas habilidades o habilidades complementarias que nos hagan atractivos en el mercado objetivo.
4. **Promoción.** Es el canal en el que nos hacemos conocidos. Se considera una de las más importantes de las 4P del marketing personal: podemos crear una excelente imagen y marca personal, podemos conocer nuestro grupo objetivo e inclusive podemos alcanzar un posicionamiento, pero, si no somos visibles, no existimos. La promoción está compuesta por el CV, la entrevista laboral, los *assessment centers*, el *networking* y los canales digitales —nuestra marca digital—. Si deseas conocer más sobre cómo trabajar en tu marca digital, visita este [enlace](#).

Análisis del entorno

El último gran paso es analizar nuestro entorno externo e interno. El *análisis externo* implica reflexionar sobre lo que nos rodea, nuestro aquí y ahora, la coyuntura actual de nuestro país o el lugar donde pensemos desarrollar nuestra profesión. Con un panorama global podremos jugar nuestras cartas de manera efectiva.

El *análisis interno* es un proceso de autorreflexión. Nuevamente, el *autoconocimiento* es un factor determinante al crear nuestra marca personal. También debemos valorar nuestras competencias a través de retroalimentación de fuentes externas: profesionales con quienes hayamos trabajado o docentes con quienes hayamos interactuado, por ejemplo. Será bienvenido todo lo que pueda sumar en este proceso de reflexión interna para construir nuestra marca personal.

Para conocer más sobre marketing personal, visita este [enlace](#).

4

PERFIL COMPETITIVO Y VENTAJA COMPETITIVA

Con cada día que pasa el mercado laboral se vuelve más exigente. Esto nos obliga a estar siempre un paso adelante de los demás y a desarrollar un perfil profesional competitivo. Los estándares del entorno nos conducen a adquirir, desarrollar y potenciar ciertas competencias que no solo giran alrededor del conocimiento, sino también de habilidades que nos posicionan como seres humanos integrales.

Mantenernos preparados para afrontar nuevos retos y desafíos, de la mano con habilidades integrales —habilidades duras y blandas—, nos ayudará a destacar como profesionales con un perfil competitivo.

Pasos clave para desarrollar tu perfil competitivo

El primero de los pasos sería *especializarte* en algún ámbito de tu carrera. Al profundizar en un conocimiento particular, desarrollarás habilidades específicas que podrían ser muy atractivas en el mercado en el que te desenvuelves (Dirección, 2022).

El segundo de los pasos es *desarrollar y optimizar las habilidades blandas o humanas*. Estas habilidades nos ayudan durante la interrelación con los demás y durante el manejo de situaciones adversas. Las habilidades blandas o humanas más resaltantes en un perfil competitivo son la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, la empatía, la adaptabilidad y la flexibilidad, y la fortaleza mental (Dirección, 2022). Todas las habilidades blandas o humanas tienen a la inteligencia emocional como eje central; por ello debemos darle la importancia necesaria.

El tercero de los pasos es saber gestionar correctamente nuestra *marca personal*. Al trabajar en nuestra marca personal, obtendremos ventajas significativas —por ejemplo, una importante red de contactos y mejores oportunidades laborales— que nos situarían en una posición idónea para competir (Dirección, 2022). En la actualidad, los medios digitales representan el mejor canal para gestionar nuestra marca personal —de ahí el gran alcance y el gran impacto que traen consigo—.

¿Cómo reconozco mis ventajas competitivas?

Sevilla (2016) define *ventaja competitiva* como cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras y que la coloca en una posición superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más

competitiva ante las demás. De esto se desprende que nosotros poseemos *factores diferenciales* que nos podrían ayudar al construir nuestro perfil competitivo. ¿Pero cómo reconocemos dichos factores?

La diferencia entre un profesional que reconoce sus ventajas competitivas y otro que no las reconoce es la presencia o la ausencia de autoconocimiento (Martín, 2022). El autoconocimiento nos permitirá reconocer, valorar y potenciar nuestras ventajas competitivas, mientras que un profesional que no trabaja en su autoconocimiento no podrá reconocer sus ventajas competitivas y, como consecuencia, desarrollará un *perfil competitivo no sostenible*.

Desarrollar herramientas de autoconocimiento y de inteligencia emocional nos orientará a reconocer nuestras ventajas competitivas. Pero también nos permitirá discernir las oportunidades de mejora en las que tendríamos que trabajar, pues todos tenemos uno o varios puntos que aún debemos gestionar.

Habilidades duras versus habilidades blandas o humanas

Las *habilidades duras* dejaron de tener un rol principal en la educación y en la búsqueda de un profesional competente para empresas y organizaciones. Una nueva mirada

sobre las *habilidades blandas* —ahora más conocidas como *habilidades humanas*— ha llevado a que las habilidades duras cedan un espacio en su trono y lo compartan con estas habilidades tan necesarias y complementarias en un mundo cambiante y carente de buenas actitudes.

Es cierto que las habilidades duras son necesarias para cualquier posición de trabajo. Pero en la actualidad los reclutadores les están dando más importancia a las habilidades humanas por una razón: es mucho más sencillo capacitar a un profesional para que adquiera destrezas particulares, que prepararlo en habilidades que tengan que ver con su personalidad (Gestión, 2019).

Recuerda: las habilidades duras te generarán una entrevista laboral, pero las habilidades humanas son las que te darán el puesto de trabajo.

¿Cuáles son las habilidades blandas o humanas más requeridas?

Desarrollar habilidades humanas es la única manera de subsistir en un mundo en el que la tecnología está reemplazando muchas tareas antes realizadas por personas.

El COVID-19 trajo muchos cambios en cómo vemos la vida y en cómo percibimos las relaciones personales y laborales. Hemos *aprendido a aprender*; hemos tenido que adaptarnos y ser flexibles a los cambios inesperados; hemos desarrollado nuevas maneras de comunicación; hemos *desaprendido* la manera antigua de liderar y hemos incorporado nuevas formas de gestionar equipos; hemos tenido que gestionar nuestro tiempo equilibrando nuestra vida personal con la profesional y laboral; hemos descubierto que somos seres humanos empáticos al mostrar interés genuino en los demás; hemos tenido que diseñar y crear soluciones útiles ante la adversidad; hemos potenciado nuestra capacidad de resiliencia; y, sobre todo, hemos abierto los ojos ante el pensamiento analítico.

También hemos puesto a prueba nuestra capacidad de compromiso y la habilidad de servir a los demás, pues qué mejor que una temporada en pandemia para darnos cuenta de que necesitamos líderes más humanos para cambiar la perspectiva estructurada de las empresas y, sobre todo, de las personas (CeU Universities, 2022).

¿Quieres saber más sobre estas habilidades clave? Visita este [enlace](#).

Bonus track

Existen muchísimos ejemplos de competitividad en el mundo empresarial. Uno de los casos más notables es el de Netflix. Si quieres saber más sobre su evolución, ingresa a este [enlace](#) (Interxion, 2022).

5

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES PERSONALES

Todos conocemos los conceptos de *misión*, *visión*, *ventaja competitiva* y *valores* desde una perspectiva empresarial. ¿Pero cómo podemos trabajarlos en un sentido personal y profesional? ¿Trabajar en ellos les sumaría valor a nuestra marca personal y a nuestro perfil profesional?

Nuestra visión personal/profesional

Una declaración de *visión personal/profesional* concentra todo lo que nos gustaría llegar a ser y hacer (Cortés, 2021). La visión es una mirada hacia el futuro en donde reflejamos nuestros valores, metas y propósitos. La visión responde a la pregunta ¿dónde quiero estar? Es una meta a largo plazo que brinda guía e inspiración en nuestro camino profesional y personal.

Nuestra misión personal/profesional

Al igual que la visión, la *misión* es una declaración a futuro de lo que quisiéramos llegar a ser o conseguir en nuestras vidas (Cortés, 2021). Una misión no describe un estado a futuro: esta se ocupa más por el estado actual del profesional. Responde a las preguntas ¿qué hago?, ¿cómo lo

hago?, ¿cuál es el beneficio de...? La misión detalla el presente que guiará al futuro.

¿Cómo crear una visión y misión personal/profesional?

Ambas declaraciones son concisas, breves e inspiradoras. A su vez, deben ser redactadas de manera clara y realista, y deben explicar nuestras intenciones y nuestros compromisos.

Los pasos para crear una visión y misión personal podrían ser (Cortés, 2021):

1. Identifica tus logros en el pasado.
2. Anota los principios que deseas cultivar.
3. Explica cómo puedes contribuir en los ámbitos de tu vida.
4. Fija un "BGAH" (*big hairy audacious goal*).
5. Prepara tu declaración de visión y misión.

Para más detalles sobre los pasos para crear una visión y misión significativa, visita este [enlace](#).

Valores personales/profesionales

Los valores personales y profesionales forman parte de nuestra identidad. Donde quiera que vayamos, los valores son la luz que ilumina cualquier situación adversa o desconocida.

Generalmente, cuando nos referimos a los valores profesionales estos se relacionan con actitudes, compromiso y dedicación a una profesión, un trabajo y una comunidad en particular. La transmisión de valores suma mucho a nuestro desarrollo profesional y, con ello, nuestra marca personal se repotencia.

Los valores más reconocidos en un profesional son, entre otros (Psicología-online, 2022):

- Compromiso
- Ética
- Responsabilidad
- Esfuerzo
- Respeto
- Lealtad
- Adaptabilidad
- Honestidad
- Secreto profesional
- Inclusión
- Responsabilidad social
- Tolerancia
- Organización
- Motivación
- Solidaridad

Si quieres conocer estos valores a profundidad, visita este [enlace](#).

Bonus track

Recuerda que tú eres tu propio producto, tu propia marca. Y como tal, debes cuidarla, desarrollarla y actualizarla. Pero antes de esto debes conocerte y conocer tus metas. ¿Adónde quieres llegar? ¿Para qué quieres llegar a ese punto? ¿Qué estás haciendo para llegar a tu meta? ¿Cómo eres como persona y profesional? ¿Cuáles son tus luces y sombras?

Recuerda: el primer paso es el autoconocimiento.

6 CARRERA DE VIDA

Carrera de vida

Se conoce más como *curriculum vitae* (CV), y es un concepto que surgió para resumir de manera clara y precisa los estudios, los méritos, la experiencia laboral, los proyectos y los premios obtenidos a lo largo del camino profesional-laboral de una persona (Educaweb, 2022). El CV debe capturar o atrapar la atención de los evaluadores desde las primeras líneas.

Pero antes de trabajar en nuestro CV, tendríamos que responder estas preguntas:

- a. ¿A qué puesto me dirijo?
- b. ¿Cómo es el puesto que quiero?
- c. ¿Cuál es mi ventaja competitiva?
- d. ¿Qué CV me puede ayudar?
- e. ¿Qué información debo resaltar?

Responder a las preguntas a y b nos ayuda a delimitar la búsqueda de empleo. Sabremos con exactitud qué estamos buscando, el mercado en que nos queremos desempeñar y bajo qué circunstancias deseamos trabajar.

La pregunta c responde a temas más personales y de autoconocimiento. Para responder esta pregunta, debemos realizar ejercicios de autoanálisis como el FODA, la ventana de Johari o la rueda de la vida, entre otros.

¿Qué información debo incluir en mi CV?

- Datos de contacto
- Sumilla/perfil profesional
- Formación académica
- Desarrollo de proyectos
- Experiencia laboral
- Conocimientos complementarios
- Otras actividades

Datos de contacto

Los datos de contacto o personales deben estar siempre actualizados. Incluyen nombre, apellidos, número de teléfono celular y correo electrónico. También podemos adjuntar el enlace de nuestra cuenta de LinkedIn o de alguna otra página personal-profesional; pero evitemos foros o páginas web personales. Con respecto a nuestra dirección de domicilio, es conveniente consignarla solo con fines estratégicos: por ejemplo, si vivimos cerca a la empresa a la que estamos postulando o a alguna zona relevante.

Bonus track

Tu correo electrónico debe ser profesional. Debe incluir tu nombre y apellido. Evita números, sobrenombres o frases irrelevantes.

Sumilla

La *sumilla* o el *perfil profesional* deben ser redactados en primera persona, de manera clara y concisa. Evita la redundancia y los errores gramaticales. Esta síntesis debe incluir los datos más resaltantes de nuestra vida profesional, así como nuestros méritos y nuestras metas a mediano y largo plazo. Recuerda también incluir tus competencias, habilidades duras y de conocimiento, y las habilidades blandas o humanas (Gestión, 2021).

La sumilla debe ser actualizada cada vez que postulemos a una nueva posición laboral. Esta actualización depende del puesto laboral al que estemos postulando. Revisa la misión, la visión, los valores y los objetivos de la empresa a la que postulas y, sobre todo, el perfil del puesto. Trata de incluir sus palabras clave en tu sumilla.

Formación académica

La *formación académica* incluye fechas exactas y verdaderas, logros de tu experiencia universitaria —como orden de mérito— y aprendizajes significativos y relevantes para el

puesto deseado (Gestión, 2021). Evita colocar información innecesaria como educación primaria o secundaria: si estamos por egresar de una carrera universitaria o ya somos graduados, la educación escolar es irrelevante.

Recuerda: redacta tu CV en orden cronológico inverso, de lo más reciente a lo más antiguo.

Desarrollo de proyectos

En esta sección incluirás los proyectos más significativos de tu carrera. Recuerda describirlos brevemente junto con los objetivos y los logros. Incluye la fecha exacta y real para cada proyecto, y redáctalos en orden cronológico inverso.

Experiencia laboral

Como en la sección anterior, incluye las experiencias más relevantes y recientes. Descríbelas de manera clara y concisa, y adjunta información sobre los objetivos del puesto y los logros que alcanzaste. Nuevamente, recuerda incluir la fecha real de cada puesto y redactarlos en orden cronológico inverso.

Si aún no posees experiencia laboral, desarrolla la sección de proyectos de manera más extensa y a detalle, incluyendo palabras clave y logros durante tu aprendizaje.

Conocimientos complementarios y actividades

En *conocimientos complementarios* incluye información sobre idiomas, habilidades técnicas, habilidades blandas, seminarios, conferencias, conocimiento de programas y otros datos que sean clave para el puesto al que postulas. En *actividades* puedes mencionar tus pasatiempos, deportes, o iniciativas de voluntariado o asociaciones estudiantiles a los que pertenezcas, por ejemplo.

Bonus track

¿Debo incluir *referencias laborales y profesionales*? Solo si la empresa nos lo solicita. ¿Qué referencias debería escoger? Profesores con quienes hayamos trabajado en algún proyecto, o jefes o líderes de organizaciones a las que hayamos pertenecido. Recuerda: antes de incluir la información personal de nuestro contacto, debemos solicitar su autorización.

Plantillas para crear un CV innovador

La internet pone a nuestra disposición un sinfín de plantillas innovadoras para redactar nuestro CV, pero antes debemos considerar los llamados *filtros ATS*.

¿Qué son los filtros ATS?

Los filtros ATS (*Applicant Tracking System*) son un programa de inteligencia artificial que apoya al reclutador durante la

selección de personal. Están diseñados a medida de cada empresa, organización y puesto laboral. Los ATS deciden cuál CV está más ajustado al perfil laboral (Montoya, 2022).

¿Cómo funcionan los filtros ATS?

El filtro lee tu CV y elimina todo formato y diseño. Luego busca *palabras clave* que guarden relación con el puesto al que estás postulando. El filtro ATS también categoriza la información en apartados como información personal, experiencia laboral, proyectos, etcétera (Montoya, 2022).

Finalmente, el filtro ATS evalúa tu CV frente a los CV de los demás postulantes. Si tienes las competencias requeridas, te pondrá en un *ranking* y competirás contra otros candidatos. Por supuesto, los postulantes que no presenten las competencias requeridas para la posición serán descartados.

¿Cómo superar los filtros ATS?

Ahora que la inteligencia artificial es pieza clave durante los procesos de selección, debemos tener en cuenta los siguientes consejos para superarlos (Montoya, 2022):

1. Añade palabras clave que vayan de la mano con el puesto al que postulas.
2. Selecciona competencias que estén relacionadas con el perfil laboral al que postulas.

3. No uses emojis ni íconos. Como los filtros ATS no pueden leerlos, descartan tu CV automáticamente.
4. Sé claro y sencillo. No varíes los tamaños de fuente ni los formatos en un mismo CV. Añade fechas para tus experiencias laborales y académicas. No diseñes tablas.

Bonus track

Es preferible enviar nuestro CV en Word que en PDF, a menos que el reclutador te pida lo contrario.

Comprueba si tu CV es compatible con el sistema operativo de los ATS: conviértelo en un archivo de texto plano, cópialo y pega todo el contenido en un documento en blanco. De esta manera puedes revisar cómo el filtro ATS leerá tu información.

Estos enlaces te pueden ayudar a crear un CV innovador:

- CVWizard
- CVmaker
- CVAPP.es
- Genially

Recuerda: puedes usar cualquier plantilla innovadora para crear tu CV, pero siempre considerando que no todas las plantillas podrán ser analizadas por los ATS.

¿Puedo presentar mi CV en formato de video?

Cada día crece la tendencia de los *videocurrículums*, o videos que contienen toda la información que redactamos en nuestro CV. Esta práctica es original, innovadora y creativa; deja una impresión muy elevada en los evaluadores, siempre y cuando realicemos un videocurrículum adaptado y adecuado al puesto al que estamos postulando.

Si vas a editar un video, debes prestar mucha atención a detalles que podrían manchar tu imagen y marca personal. Para más información sobre cómo realizar un videocurrículum, visita [este enlace](#).

¿Es Google mi nuevo CV?

Comprobarlo es sencillo: abre una ventana de Google, escribe tu nombre completo y clicas en *buscar*. ¿Qué resultado obtuviste? ¿En qué páginas figura tu nombre, tus fotos y tu información? ¿Estamos etiquetados en fotos? ¿Y qué tipo de fotos son?

El “googleo” es una herramienta a la que los reclutadores recurren para acercarse a nuestro perfil. Esta es una razón extra para cuidar nuestra imagen y marca personal, y para empezar a “limpiar” nuestras redes sociales, que en la actualidad son nuestra carta de presentación pública.

7 PLATAFORMAS DIGITALES

Las plataformas digitales siempre han estado presentes en nuestras vidas y en nuestro día a día, muchas veces como medio de comunicación, de soporte o de desfogue o entretenimiento. Sea cual sea el uso que les demos, las plataformas virtuales tienen un peso importante y demandante (Gestión, 2021). Con la llegada del COVID-19, el uso de las plataformas virtuales se disparó de manera exponencial, hasta el punto de que ya no es viable vivir sin ellas.

En el mundo laboral, las plataformas digitales también son herramientas necesarias y esenciales para el teletrabajo y la comunicación. Utilizarlas y conocerlas es parte de la supervivencia laboral.

¿Qué plataformas debería conocer?

En el mundo social existen múltiples plataformas o redes sociales en las que nos podemos dar a conocer. Pero en el plano laboral debemos limitarnos a plataformas formales, confiables y serias. La más conocida y utilizada alrededor del mundo es LinkedIn.

LinkedIn nos conecta

¿Qué deberíamos saber sobre LinkedIn?

Primero, que es la red profesional más importante y conocida. LinkedIn conecta a profesionales con empresas, profesionales con profesionales, empresas con empresas, etcétera. Gracias a LinkedIn un profesional puede fortalecer sus redes profesionales y conocer organizaciones del mundo.

¿Qué información debería incluir en LinkedIn?

De nada vale si creas un perfil en LinkedIn y no actualizas tu información. Al crear una cuenta en LinkedIn, debes completar toda la información requerida. No olvides subir una foto personal profesional y actualizada (Trend, 2022).

En la sección de *descripción* de tu perfil, incluye información relevante sobre tu perfil y tus ventajas competitivas. No seas redundante ni muy general. Evita términos comunes —como *perfeccionista*, *líder*, *trabajo en equipo*, etcétera— y diferénciate desde el primer momento.

Recuerda que LinkedIn es una red profesional. No debes publicar fotos de eventos personales o artículos irrelevantes. LinkedIn es una ventana laboral/profesional. Cuídala. Al tener claro cuál es tu camino profesional, te será más fácil

crear contenido coherente, que podrá marcar un diferencial ante los demás.

Si deseas saber más sobre LinkedIn, visita el siguiente [enlace](#).

Bonus track

Podemos tener un perfil de LinkedIn impecable, pero, si no somos congruentes con nuestras redes sociales, mancharemos nuestra marca personal. Cuida tus redes sociales.

¿Los portales de empleo son útiles al buscar oportunidades laborales?

Alrededor del mundo existen muchos portales para buscar empleo, pero no todos sirven en nuestro país. Mira el siguiente [video](#) para tener un enfoque más amplio sobre los portales de empleo.

8 COMUNICACIÓN EFECTIVA

La comunicación está presente en nuestro día a día desde que tenemos uso de razón. Sabemos comunicarnos de varias maneras: oral, escrita, gestual, etcétera. ¿Pero cómo es nuestra comunicación? ¿Podría ser considerada efectiva? Y si hablamos de empleabilidad, ¿existe alguna relación entre la manera de comunicarnos y nuestro perfil competitivo?

Según el diario *El Economista* (2020) de Chile, una comunicación efectiva aplicada a la empleabilidad depende de cinco factores. En dicha comunicación debemos tener un propósito y debemos considerar a quienes participen en ella bajo circunstancias particulares.

Los cinco factores son:

1. **Mirada estratégica.** Responde a las preguntas ¿quién es el destinatario de nuestra comunicación?, ¿cómo es la organización o la industria en la que me estoy desarrollando? y ¿qué conozco sobre la organización?
2. **Pensar en el mensaje.** Piensa y adapta los mensajes a los receptores.

3. **Escucha activa.** Involúcrate e interpreta la información de manera adecuada.
4. **Feedback permanente.** Retroalimenta e interésate genuinamente en el mensaje y en el interlocutor.
5. **Consistencia.** Sé congruente con tu línea de carrera a lo largo del tiempo.

Conoce más sobre estos cinco factores para sostener una comunicación efectiva en la empleabilidad en este [enlace](#).

¡Es complicado comunicarse con los demás!

Antes de la pandemia, que nos forzó a refugiarnos en nuestras casas y a buscar nuevas formas de comunicarnos, mantener relaciones interpersonales efectivas ya era complicado. ¡Con el COVID-19 todo se hizo más complejo!

Trabajar a distancia —sin la acostumbrada comunicación presencial— y depender de tecnologías de comunicación nos obligó a encontrar nuevas maneras de interrelacionarnos. Para algunas personas esto no significó un gran cambio o reto en sus vidas, mientras que para otras la adaptación al nuevo estilo de vida y de trabajo resultó muy costosa.

Con la virtualidad, la comunicación dependió de la distancia, del internet, del acceso a equipos eficaces (micrófonos y cámaras), de elementos distractores, entre muchas otras barreras. La fluidez y la eficacia comunicativas se vieron interrumpidas, y ello incluso devino en malentendidos, falta de coordinación y empatía, desconcentración, desconexión social y pérdida de la comunicación no verbal, que incluye gestos y miradas.

En un proceso comunicativo intervienen factores que debemos tomar en cuenta: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal, el contexto y la retroalimentación. Todos estos elementos se vieron alterados por la pandemia y sus nuevas formas de comunicación. De hecho, incluso antes de la pandemia los elementos antes mencionados no siempre estaban presentes durante un proceso de comunicación efectiva. Con la “nueva normalidad” surgió una nueva forma de interactuar con los otros (Naranjo, 2011).

La comunicación efectiva ocurre cuando el emisor y el receptor codifican un mensaje de forma equivalente: es decir, cuando el mensaje es transmitido de forma exitosa y el receptor comprende el significado y la intención del mensaje emitido, y en consecuencia se genera una retroalimentación. El mensaje transmitido no debe ser solo racional ni solo emocional, sino que debe combinar ambas dimensiones.

A pesar de vivir en una nueva normalidad y de practicar una nueva forma de comunicarnos, debemos tomar en cuenta los elementos y los condimentos de la comunicación efectiva: las dimensiones racional y emocional del mensaje.

A manera de reflexión personal podemos preguntarnos ¿qué estaré comunicando? ¿Siempre comunico lo que quiero expresar? ¿Qué se me dificulta al comunicarme? ¿Comunicamos o informamos? ¿Las miradas comunican? ¿Cómo me estarán percibiendo los demás?

Bonus track

Habla *con* una persona más que *acerca de* una persona. Habla en primera persona. Expresa lo que sientes. Pregunta y escucha.

Recuerda: *todo comunica.*

¿Cómo puedes mejorar tu comunicación? Visita este [enlace](#).

9

BONUS TRACK PERSONAL/ PROFESIONAL

¿Qué es un *bonus track*?

El *bonus track* es una breve pero concisa sinopsis sobre nuestro perfil profesional. Según Hanson (2015), es una forma de atraer oportunidades mediante la habilidad rápida y clara de comunicar valores profesionales para alcanzar potenciales reclutadores.

El objetivo principal del *pitch* es conectar de manera positiva con el oyente. Nuestro *pitch* es exitoso si dejamos al oyente interesado en mantener una conexión con nosotros en el futuro. Forbes (2017) describe el *pitch* como una justificación de nuestras competencias y fortalezas, y como una clarificación de nuestros objetivos de trabajo.

¿Cómo transmito mi marca personal a través del *bonus track*?

Antes de elaborar tu propio *pitch*, responde estas preguntas:

- ¿Quién eres y qué haces?
- ¿Cuáles son tus fortalezas y habilidades?
- ¿Qué te apasiona?

- ¿Cuáles son tus objetivos?
- ¿Cuál es tu ventaja competitiva?
- ¿Cuál es tu propuesta de valor?

Respondiendo estas preguntas podrás construir un mensaje coherente y consistente contigo mismo:

1. **¿Quién eres y qué haces?** Genera una respuesta de valor refiriéndote al panorama de tu ocupación. No romances tu respuesta idealizando tu trabajo; tampoco ofrezcas comentarios desenfocados. Si practicas más de una actividad, ajusta tu respuesta y enfócate en lo relevante (Hanson, 2015).
2. **¿Cuáles son tus fortalezas y habilidades?** Según The Best Recruiter at Google (2014), los oyentes de tu *pitch* tendrán en mente la pregunta ¿qué gano yo? Entonces, el *pitch* se convierte en la oportunidad ideal de vender tus habilidades, fortalezas y competencias, que representen la ganancia para la empresa o para tus oyentes. Recuerda adaptar estas fortalezas, competencias y habilidades a los valores, las metas y los objetivos de tu mercado objetivo.
3. **¿Qué te apasiona?** Recuerda ser congruente y que la respuesta a esta pregunta guarde relación con tus objetivos y con tu propuesta de valor.

4. **¿Cuáles son tus objetivos?** Tus objetivos deben ser claros, medibles, alcanzables y concretos. Aplicar una línea de tiempo —corto, mediano y largo plazo— puede ayudar a plantearlos (Hanson, 2015).
5. **¿Cuál es tu ventaja competitiva?** Regresa a los primeros capítulos de este libro, donde realizaste los ejercicios de autoconocimiento, y revisa tu lista de factores diferenciales.
6. **¿Cuál es tu propuesta de valor?** Primero debes responder la siguiente: ¿cómo puedes agregar valor a un potencial empleador o compañía? (Hanson, 2015).

Recomendaciones

1. Realiza un bosquejo breve. Ten en cuenta que un *pitch* efectivo dura entre 2 y 3 minutos, como máximo.
2. Ensaya varias veces. Frente al espejo, frente a otras personas.
3. Graba tu voz y practica tonalidades. Recuerda no exagerar.
4. Sé siempre auténtico/a.

Para conocer más sobre cómo elaborar un *bonus track* eficaz, visita el siguiente [enlace](#).

***Pitch* virtual**

Al postular a empresas u organizaciones fuera de nuestra ciudad o de nuestro país, probablemente tendremos que dar un *pitch* virtual usando plataformas como Zoom, Skype o Google Meet.

¿Qué recomendaciones seguir para un *pitch* virtual exitoso?

1. Cuida tu escenario. Si estás en casa, prepara un espacio iluminado y donde haya pocos factores distractores como cuadros, pinturas, afiches, etcétera. Evita realizar el *pitch* en tu habitación, con tu cama a la vista de los evaluadores.
2. Enfoca tu cámara. Recuerda que la transmisión de cualquier mensaje ocurre de manera verbal y corporal-gestual, es decir *no verbal*. Prepara un buen enfoque de cámara, donde tus manos puedan ser visualizadas por tu audiencia.
3. Prepara tu audio. Verifica que tienes buena calidad de audio y sonido antes de empezar.
4. Revisa tu conexión a internet. Este es un factor determinante.
5. Cuida tu imagen personal. Aunque los oyentes no nos tendrán *físicamente* frente a ellos, vestirse para la ocasión nos dará seguridad al presentar nuestro

- pitch*. Vístete de acuerdo con la ocasión; no abuses del uso de colores ni de peinados.
6. Fija la mirada. Evita mirar hacia los costados o parecer distraído.
 7. Si necesitas soporte, como notas sobre tu *pitch*, evita leerlas: procura que sean solo un apoyo si en algún momento pierdes el hilo.
 8. Saluda cordialmente y sonríe.
 9. Evita el uso de muletillas y jergas.
 10. Practica tantas veces como sea necesario.

Bonus track

El llamado *momento cero* podría ser de gran ayuda: son los segundos antes de encender nuestras cámaras y nuestros micrófonos. En estos instantes podemos respirar, suspirar o beber un sorbo de agua. Esto nos ayudará a relajarnos antes del *pitch*. El momento cero puede hacer una gran diferencia.

El *video pitch*

Cada vez es más frecuente que los reclutadores y las empresas soliciten un *video pitch*. ¿Cómo lo filmo?

1. Realiza tu *pitch* siguiendo los pasos mencionados en la página anterior.
2. Busca un espacio adecuado para grabar tu video.
3. Evita elementos distractores o fondos inadecuados.
4. Evita los ruidos molestos.
5. Vístete para la ocasión.
6. Practica varias veces.
7. Comparte tu video con personas que puedan darte *feedback* eficaz.
8. Envía tu video con un correo correctamente redactado.

Bonus track

Los primeros segundos de un *video pitch* son cruciales. Puedes captar o perder la atención de tu oyente durante los primeros 7 segundos. Una sugerencia es empezar tu *pitch* con un *hook* o “gancho”. Para más información al respecto, mira este [video](#).

10

CARTA DE PRESENTACIÓN

La carta de presentación o *cover letter* es un respaldo de nuestro CV. Esta debe ser única y específica para cada postulación. No podemos repetir la misma carta de presentación para todas nuestras postulaciones, ya que cada empresa u organización tiene diferentes valores, objetivos, misión y visión.

Al redactar tu carta de presentación, incluye:

- Tus datos: nombres y apellidos completos, número telefónico y correo de contacto.
- Datos del receptor: empresa o persona a quien diriges la carta.
- Motivo: ¿qué solicitas? La empresa puede tener varios puestos disponibles.
- Interés: ¿por qué lo solicitas?, ¿cumples con el perfil solicitado?, ¿qué interés tienes hacia el puesto y la empresa?
- Persuasión en el cuerpo de la carta: usa la persuasión como parte de tu narrativa. Aquí debes indicar qué habilidades tuyas se ajustan al perfil que piden.

Es el momento de demostrar que eres idóneo para el puesto. Profundiza en tu ventaja competitiva.

- Acción y cierre: demuestra que estarás esperando una llamada para entrevistarte. Al final despídete respetuosa y cordialmente, y firma con tu nombre.
- Cuida tu redacción y tu ortografía en todo momento.
- Evita jergas y de redundancias.
- Revisa la carta —varias veces— antes de enviarla.

Bonus track

Puedes terminar la carta con la siguiente referencia:

Por favor, encuentre mi currículum adjunto para su futura referencia. Espero que tenga la oportunidad de analizar mi solicitud. Estoy disponible para una entrevista. Gracias por su tiempo y consideración. Saludos cordiales.

Para más información, revisa el siguiente [enlace](#).

Consulta con alguien de tu red de contactos que haya estado en algún puesto similar al que postulas para obtener más detalles sobre el área y el puesto.

11

ENTREVISTA

La entrevista es el punto más delicado del proceso de selección. Muchas personas afirman sentirse evaluadas en todo momento, y hay mucho de cierto en esta afirmación.

Existen tres momentos clave: antes, durante y después de la entrevista (Universia, 2017):

Antes de la entrevista

1. Remite tu CV desde una cuenta de correo que denote profesionalismo.
2. Demuestra interés al recibir la llamada para la entrevista.
3. Investiga detalles sobre la empresa.
4. Revisa tu vestuario con antelación.
5. Llega a tu entrevista puntualmente.

Es de vital importancia conocer bien la empresa a la que postulas antes de asistir a la entrevista. Visita su página web e investiga sobre sus valores, objetivos, misión, visión, productos y servicios, competencias requeridas para los puestos de trabajo, etcétera. Así estarás más preparado/a para responder con ejemplos puntuales y reales.

Durante la entrevista (lo que haces, eres y pareces)

1. Saluda cordialmente y sé muy observador/a del ambiente en el que te encuentras.
2. Mantente atento/a y calmado/a.
3. Habla con serenidad y tranquilidad.
4. Apaga el celular.
5. No traspases el espacio personal del entrevistador.
6. No cruces los brazos ni cierres los puños.
7. No des un apretón de manos demasiado débil ni demasiado fuerte.
8. Responde a todas las inquietudes del entrevistador.
9. Si alguna pregunta no te quedó clara, repregunta.
10. Escucha las ofertas que te hacen y, de ser necesario, negocia tus condiciones.
11. Agradece el tiempo que te ofrecieron y despídete con cordialidad.

Durante la entrevista (comportamientos pasados predicen comportamientos futuros)

Entrevista por competencias

Es un tipo de evaluación bastante común en los procesos de selección. Resulta muy útil para anticipar el desempeño del futuro candidato o empleado. En ella, el evaluador pre-

tende hallar en el candidato la presencia —o la ausencia— de habilidades relacionadas con el puesto de trabajo (Universia, 2017).

¿Cuáles son las competencias más comunes que se evalúan?

- Capacidad de análisis
- Trabajo en equipo
- Flexibilidad y adaptabilidad
- Liderazgo
- Orientación a resultados
- Iniciativa
- Colaboración e influencia
- Trabajo bajo presión
- Tolerancia a la frustración

La *metodología STAR* (de *situación, tarea, acción y resultado*) es muy útil al estructurar respuestas completas y concisas. Esta metodología sigue la siguiente estructura:

- **Situación.** Contextualiza la situación comentando las variables, las personas involucradas y el contexto. Responde a las preguntas ¿qué pasó? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Con quién?

- **Tarea.** Explica el rol dentro de la situación. Responde a las preguntas ¿cuál fue tu papel? ¿Qué debías hacer? ¿Qué se esperaba de ti?
- **Acción.** Indica las técnicas, las acciones y las estrategias que se llevaron a cabo. Responde a las preguntas ¿qué hiciste? ¿Cómo? ¿Qué pasó? ¿Por qué? ¿Qué hicieron los otros?
- **Resultado.** Expresa los resultados de manera numérica o mediante reconocimientos, *feedback*, etcétera. Responde a las preguntas ¿cuál fue el efecto? ¿Qué indicadores vio? ¿Qué pasó después?

Encontrarás ejemplos puntuales sobre preguntas por competencias relacionadas por la metodología STAR [aquí](#).

Después de la entrevista

Pocas son las personas que agradecen a sus evaluadores por el tiempo que recibieron durante el proceso de selección. Tampoco suelen solicitar un *feedback* y los resultados de la entrevista. Sin embargo, esta práctica está cambiando y cada vez más evaluadores reciben correos de agradecimiento y solicitudes de retroalimentación de desempeño durante el proceso de selección (Universia, 2017). Esta práctica no es obligatoria, pero sí sugerida.

¿Qué debemos *evitar* durante una entrevista?

1. No saludar.
2. No mirar a los ojos mientras respondemos.
3. No atender las preguntas ni las indicaciones.
4. Hablar con jergas y muletillas, o ser muy informales al comunicarnos.
5. Mentir.
6. Sentarnos antes de que se nos invite a hacerlo.
7. Gestos de nerviosismo, como mover las piernas.
8. Tronar los dedos.
10. No vestirnos adecuadamente para la ocasión.
11. No despedirnos.
12. No sonreír.
13. Usar palabras que connotan inseguridad.

Preguntas trampa

¿Existen realmente las preguntas trampa? Pues sí. Para más información sobre ellas, visita este [enlace](#).

Háblame de ti... ¿Qué respondo?

Es la pregunta más común en *todas* las entrevistas laborales. ¿Pero qué quieren saber de mí? ¿Qué debo responder? ¿Qué digo? ¿Qué no digo? Este [video](#) te ayudará.

No tengo experiencia laboral... ¿Qué hago?

Todos, *absolutamente todos*, hemos pasado por esta situación. Nadie ha nacido con experiencia, y lo que algunas empresas esperan de nosotros es un tanto ilógico. Entonces, ¿qué hacer? Este [video](#) responderá esta pregunta.

Recuerda: durante tu carrera realizaste proyectos e investigaciones que pueden ser consideradas como experiencia académica. Confía en tus capacidades y competencias.

La robot VERA

Gracias a la inteligencia artificial, grandes compañías están optando por VERA, una robot que se encarga de seleccionar los CV, del primer contacto con los candidatos e incluso de una primera entrevista. Si quieres saber más sobre VERA, visita el siguiente [enlace](#).

12

ASSESSMENT CENTER

El *assessment center* (AC) es una metodología de procesos cuantitativos y cualitativos. Examina y predice el probable desempeño profesional de un candidato a través de pruebas y situaciones *ad hoc* (Olaz, 2011). Evalúa competencias con base en la observación y en el registro de conductas particulares. Un *assessment center* posee varios componentes que no siempre se usan en simultáneo.

El objetivo principal del AC es la evaluación objetiva y eficaz de las competencias laborales y el potencial de desarrollo de los candidatos que postulan a un puesto específico (Díaz, 2018).

Los evaluadores suelen emplear distintas técnicas según las habilidades o las aptitudes que pretenden evaluar (Olaz, 2011). Los evaluadores pueden recurrir a:

- **Pruebas situacionales.** Plantean al postulante una situación específica relacionada con el puesto de trabajo, ante la cual se debe proponer una solución.
- **Pruebas con intervención de líneas de mando.** En ellas participan directivos del área involucrada.

- **Pruebas basadas en habilidades específicas.** Evalúan las competencias conductuales consideradas críticas para un puesto.
- **Pruebas de conductas-criterio.** Las pautas de las conductas evaluadas se acuerdan con anticipación.
- **Pruebas referidas a la evaluación de conductas concretas.** Toman en cuenta las conductas específicas en lugar de supuestos teóricos.

Competencias que se evalúan en un *assessment center*

- **Trabajo en equipo.** Este es el momento clave para brillar, pero intenta no acaparar la atención ni te comportes pasivamente. Sé colaborador/a, empático/a y asertivo/a.
- **Análisis de información.** Generalmente en los *assessment center* los postulantes reciben un caso que deben analizar, discutir y solucionar. Presta atención a las indicaciones y a los comentarios de los otros candidatos (Olaz, 2011).
- **Liderazgo.** Mostrar liderazgo es bueno. Sé asertivo/a en la comunicación, valida los puntos de vista de los demás, escucha activamente y colabora siempre.
- **Comunicación.** La comunicación debe ser asertiva a todo nivel: verbal, gestual y escrita.

- **Gestión de tiempo.** Presta atención a las indicaciones de los evaluadores con respecto al tiempo que tendrás para cada actividad; gestiona correctamente el tiempo (Olaz, 2011).
- **Toma de decisiones.** En un *assessment center* no se busca la respuesta correcta, sino la resolución de una situación problemática. Sé asertivo/a y eficaz en este punto.

Estas son las competencias más comunes, pero podrán agregar otras de acuerdo con la empresa y el área. Por ello, recuerda leer claramente el perfil del puesto y entender cuál es el requerimiento específico.

Recomendaciones generales

- Sé puntual.
- Viste adecuadamente.
- Escucha y aporta ideas.
- Lee cuidadosamente el material proporcionado.
- Respeta las opiniones de los demás.

Bonus track

Un *test psicotécnico* es una herramienta que ofrece información sobre los candidatos durante un proceso de selección. Según Ramos (2011), un test psicotécnico ayuda a

cotejar las capacidades que un candidato dice tener con las que realmente tiene. Es decir, el test psicotécnico diseña un perfil integral de la personalidad, del control emocional y del pronóstico del candidato de acuerdo con un determinado puesto laboral.

¿Para qué sirven y cómo puedo desarrollarlos? ¿Son confiables y válidos? Para responder estas preguntas, visita este [enlace](#).

Bonus track 2

Para conocer los diversos tipos de *assessment center* puedes visitar el siguiente [enlace](#).

A MODO DE CIERRE: CREA TU PORTAFOLIO

A lo largo de estos años, en el equipo de Imagen y Marca Personal de la UTEC hemos conducido un proyecto interesante para nuestros alumnos: diseñar su portafolio.

Cada estudiante creaba un portafolio con todas las herramientas de autoconocimiento y de postulación. Esto les permitía estar preparados/as para afrontar cualquier proceso de reclutamiento.

Te recomendamos crear un portafolio en el que plasmes todas tus ideas y tus objetivos, junto con tu misión, tu visión y tus valores personales y profesionales. Actualízalo constantemente y personalízalo de acuerdo con el puesto de trabajo al que postules. Esto te aportará orden, organización y, sobre todo, seguridad al afrontar cualquier proceso.

Ahora la pelota está en tu cancha. Cree en ti y sigue adelante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

3Dalia (2022). *Cómo identificar a mi público objetivo - 3DALIA*.
<https://3dalia.com/como-identificar-a-mi-publico-objetivo/>

Aguaded Gómez, M. (2017). Estrategias para potenciar la inteligencia emocional en educación infantil: aplicación del modelo de Mayer y Salovey. *Tendencias Pedagógicas*, 30(2017).

<https://doi.org/10.15366/tp2017.30.010>

Asana (2022). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>.

Baz, J. (2016). *La ventana de Johari*. Recuperado el 1 de mayo de 2022.

<https://coaching.joseleandrobaz.com/inteligencia-emocional/ventana-de-johari/>

Ceu Universities (2022). *Las 12 soft skills claves para el empleo en 2021*.

<https://www.ceuuniversities.com/las-12-soft-skills-claves-para-el-empleo-en-2021/>

Chirinos, L. (2007). *Cerebro triuno*. Publicación y Recursos Educativos. Venezuela.

Cortés, N. (2021). *Cómo crear una declaración de misión y visión personal*.

<https://www.geovictoria.com/pe/operaciones/mision-y-vision-personal/>

Díaz, M. (2018) *Assessment center paso a paso*. Psicom Editores.

https://www.academia.edu/41498931/LIBRO_ASSESSMENT_CENTER

Dirección, P. (2022). *¿Cómo obtener un perfil competitivo? Claves a tener en cuenta*. Blog.pad.edu.

<https://blog.pad.edu/como-obtener-un-perfil-competitivo-claves-a-tener-en-cuenta>

Educaweb (2022). *Currículum vitae (CV)*.

<https://www.educaweb.com/contenidos/laborales/herramientas-recursos-encontrar-trabajocurriculum-vitae-cv/>

Edwards, M. (2016). Conferencia: 'Educar para el cambio: cómo desarrollar la creatividad y la innovación desde el aula'.

El Economista (2020). *Cinco factores para una comunicación efectiva aplicada a la empleabilidad*.

<https://www.eleconomistaamerica.pe/empresas-eAm-chile/noticias/10715321/08/20/Cinco-factores-para-una-comunicacion-efectiva-aplicada-a-la-empleabilidad.html>

Escobar Valencia, M. (2005). *Las competencias laborales: ¿la estrategia laboral para la competitividad de las organizaciones?* Scielo.org.co. Recuperado el 1 de mayo de 2022. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232005000300002

Expansión (2022). *La ventaja competitiva en las personas*. <https://expansion.mx/opinion/2012/09/07/la-ventaja-competitiva-en-las-personas>

Feyter de, T., Caers, R., Vigna, C., & Berings, D. (2012). Unraveling the impact of the Big Five personality traits on academic performance: the moderating and mediating effects of self-efficacy and academic motivation. *Learning And Individual Differences, 22*(4), 439-448. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2012.03.013>

Forbes, F. (2022). *Council Post: ten tips to make your pitch stand out— with the help of supplemental data*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2017/03/30/ten-tips-to-make-your-pitch-stand-out-with-the-help-of-supplemental-data/?sh=394d4f5e6402>

Future for Work Institute @futureforwork, Twitter Profile - instalker.org. Instalker.org. (2022). Recuperado el 1 de mayo de 2022. <https://www.instalker.org/futureforwork>

Gestión (2019). *Habilidades blandas vs. habilidades duras: ¿en qué se diferencian?*

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/habilidades-blandas-vs-habilidades-duras-en-que-se-diferencian-nnda-nnlt-274707-noticia/>

Gestión (2021). *Currículum vitae: ¿cómo redactar la descripción personal en una hoja de vida?*

<https://gestion.pe/economia/curriculum-vitae-como-redactar-la-descripcion-personal-en-una-hoja-de-vida-cv-nnda-nnlt-noticia/>

Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Editorial Vergara.

Guillem Recolons (2022). *Personal branding en la empresa*. <https://www.guillemrecolons.com/wp-content/uploads/2021/09/Personal-Branding-en-la-Empresa-2021-por-Guillem-Recolons.pdf>

Gutiérrez, T. (2014). *Utiliza las 4P's para reforzar tu 'marketing personal'*. Alto Nivel. Recuperado el 12 de mayo 2014.

<https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/42474-utiliza-las-4ps-para-reforzar-tu-marketing-personal/>

Hanson, A. (2015). *Guía sobre el elevator pitch para quienes buscan empleo*. Recuperado el 15 de febrero 2015.

https://www.incae.edu/sites/default/files/e-book_elevator_pitch.pdf

Interxion.com (2022). *Lo que Netflix nos enseña acerca de la competitividad*. Recuperado el 10 de junio 2019.

<https://www.interxion.com/es/blogs/2019/06/lo-que-netflix-nos-ensena-acerca-de-la-competitividad>

Goal-life.com. (2022). *La rueda de la vida. La rueda del equilibrio de la vida online*. Recuperado el 1 de mayo de 2022.

<https://goal-life.com/es/rueda-de-la-vida>

MacLean, Paul D. (1990). *The triune brain in evolution: role in paleocerebral functions*. Plenum Press.

Martín, A. (2022). *¿Cómo detectar tus ventajas competitivas?* Recuperado el 5 de septiembre 2021.

<https://martin.click/marketing-online/como-detectar-tus-ventajas-competitivas/>

Medium (2022). *La marca personal y su posicionamiento*. Recuperado el 17 de mayo de 2019.

<https://profesorestrada.pro/la-marca-personal-y-su-posicionamiento-4a7b78e9fd7b>

Economipedia (2022). *Mercado laboral*. Recuperado el 12 de noviembre 2015.

<https://economipedia.com/definiciones/mercado-laboral.html>

Ministerio de Educación (2022). *Lineamientos para el desarrollo de las competencias para la empleabilidad en la educación superior tecnológica*. MINEDU: Lima.

<http://www.minedu.gob.pe/superiortecnologica/pdf/propuestas-de-competencia-para-la-empleabilidad.pdf>

Montoya (2022). Te cuento cómo burlar los Filtros ATS para que lean tu currículum.

<https://antoniomontoyavidal.com/te-cuento-como-burlar-los-filtros-ats-para-que-lean-tu-curriculum/>

Naranjo Pereira, M. (2011). Relaciones interpersonales adecuadas mediante una comunicación y conducta asertivas. *Actualidades Investigativas En Educación*, 8(1).

<https://doi.org/10.15517/aie.v8i1.9315>

Olaz, A. (2011): Una aproximación conceptual a la cualificación profesional desde una perspectiva competencial, *Papers*, 96 (2), pp. 589-616.

Programa para la cohesión social en América Latina (2019). ¿Cómo generar empleabilidad para la juventud? Experiencias innovadoras de alternancia formativa en América Latina, el Caribe y la Unión Europea. EUROsociAL: Madrid

Psicología online (2022). *La teoría del cerebro triuno de McLean – explicación con imágenes*.

<https://www.psicologia-online.com/la-teoria-del-cerebro-triuno-de-maclean-4194.html>

Psicología-online (2022). *20 valores profesionales: qué son, lista y ejemplos*.

<https://www.psicologia-online.com/valores-profesionales-que-son-lista-y-ejemplos-5193.html>

Ramos, M. (2011) Importancia del test psicométrico y psicotécnico.

https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos_de_clases/11922_2011_-_CEE_-_javera_-_1420.pdf

Ranalli, R. (2007). Teoría del cerebro triuno. Artículo arbitrado, Venezuela.

Ruiz Bolívar, C. (2017). Neurociencia y educación. Investigación-publicación. PARADIGMA, 14(1y2), 90-108.

<https://doi.org/10.37618/PARADIGMA.1011-2251.1996.p90-108.id183>

Salas, X. (2018). *De qué hablamos cuando hablamos de empleabilidad*. Future for Work Institute.

<https://www.slideshare.net/ximosalas/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-empleabilidad>

Seijo & Barrios (2012). El cerebro triuno y la inteligencia ética: matriz fundamental de la inteligencia multifocal. *Praxis*, (8), 147-165.

Sevilla, A. (2020) Ventaja competitiva. Economipedia. Recuperado el 10 de diciembre 2016.

<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

TEDX (2019). *Emociones inteligentes* [Podcast]. Recuperado el 1 de mayo de 2022.

https://www.youtube.com/watch?v=KKQ_0egCJPg&t=3s&ab_channel=TEDxTalks

16personalities.com (2022). *Test de personalidad gratis, descripciones de tipo, consejos de relaciones y desarrollo profesional.*

<https://www.16personalities.com/es>

The Best Recruiter at Google | Talent Connect San Francisco (2014). Video de YouTube, 35:09. Posted by LinkedIn Talent Solutions. October 23, 2014.

<https://www.youtube.com/watch?v=hvebAGerh88>

The Power Business School (2022). *Guía definitiva de 2022 para crear tu marca personal desde cero.*

<https://www.thepowermba.com/es/blog/guia-definitiva-de-2020-para-trabajar-tu-marca-personal>

Thorndike, E. (1920). *Educational psychology*. Teachers College, Columbia University.

Trend (2022). *LinkedIn, la plataforma digital más consultada por los peruanos durante la cuarentena.*

<https://trend.pe/linkedin-la-plataforma-digital-mas-consultada-por-los-peruanos-durante-la-cuarentena/>

Universia, O. (2017). *¿Sabes qué debes hacer antes, durante y después de una entrevista de trabajo?* Recuperado el 11 de enero de 2017.

<https://orientacion.universia.net.co/infodetail/orientacion/consejos/sabes-que-debes-hacer-antes-durante-y-despues-de-una-entrevista-de-trabajo-3676.html#:~:text=Evita%20hablar%20mal%20de%20tu,No%20digas%20mentiras.&text=En%20caso%20de%20presentarse%20alg%C3%BAAn,de%20forma%20inmediata%20al%20entrevistador.&text=Responde%20las%20preguntas%20en%20el%20momento%20oportuno%2C%20di%20siempre%20la%20verdad>

Vera, A. (2008). *Neurociencia: cerebro triuno, coach oncológico*, Instituto Filosófico Hermético, Buenos Aires.



UTEC
PRESS

ISBN: 978-612-48515-2-0



9 786124 851520