

# CURRÍCULUM - CARTA DE PRESENTACIÓN

## CURRÍCULUM VITAE

→ principal forma que existe para promocionarse a la hora de buscar trabajo.

→ debe ser claro, legible y estructurado.

→ tener en cuenta a qué empresa va dirigido → para enfocar el CV en aquello que les interesa que ofrezcas.

→ debe estar actualizado.

→ no es una biografía → escribir únicamente las experiencias que consideres importantes.

→ limitar el CV a un máximo de 2 páginas.

→ revisar la ortografía.

→ NO se pone "CURRÍCULUM VITAE" → ya se sabe que es un CV.

→ la remuneración bruta pretendida } estos datos van en la CARTA DE PRESENTACIÓN.

→ la disponibilidad horaria }

### DATOS PERSONALES

NOMBRE COMPLETO

DNI/CUIL

Edad - Fecha de Nacimiento

Dirección - Localidad

Contacto (teléfono - celular - mail)



referencia visual para el selector → nos puede identificar fácilmente.  
debe ser clara y actual.

una ligera sonrisa puede generar euphoria.  
→ no es necesario salir serio.

debe ser en primer plano y desde los hombros hacia arriba.  
tamaño similar a la del DNI.

### OBJETIVOS

### EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

• (AÑO<sub>i</sub>-AÑO<sub>f</sub>) Título - Colegio

• (AÑO<sub>i</sub>-AÑO<sub>f</sub>) Título - Universidad

### EXPERIENCIA LABORAL

• (AÑO<sub>i</sub>-AÑO<sub>f</sub>) Puesto - Área - Empresa  
Tareas principales

• (AÑO<sub>i</sub>-AÑO<sub>f</sub>) Puesto - Área - Empresa

Tareas principales

### IDIOMAS

• Idioma - Oral/Escrito y Nivel (avanzado-intermedio-básico)

### CONOCIMIENTOS TÉCNICOS

• Herramienta - Nivel (avanzado-intermedio-básico).

indicar las metas de mi desarrollo profesional para un periodo de 5 años.

indicar qué le puedo brindar a la empresa.

indicar en qué puesto me gustaría trabajar.

NO se ponen títulos de primaria ni secundaria.

Si no me recibe en la Universidad, indicar qué año estoy cursando hoy en día.

deben indicarse en orden cronológico inverso

ACTUAL ↓ ANTIGUO

• es importante mencionar proyectos manejo de presupuestos logros

• Si no tenés experiencia porque trabajaste en negro → se pone nunca trabajaste → no se pone

## VIDEO-CURRÍCULUM

forma rápida para destacarse frente al resto de los candidatos.

usarlo como medio complementario al CV tradicional en papel.

### VENTAJAS FRENTES AL FORMATO CLÁSICO

→ aporta información que, con el sistema tradicional solo es posible ver en la entrevista

→ el candidato muestra capacidades al comunicarse.

### CONSEJOS

el contenido debe tener narración de la experiencia previa

cerre aspecto físico

diapositiva y postura contenido y formato.

## CURRICULUM CON REALIDAD AUMENTADA

combinan la visión del entorno real con el entorno virtual.

se mezclan elementos físicos con elementos virtuales en tiempo real a través de un dispositivo tecnológico

resalta **experiencia** y **calidades** de una manera muy visual.

el candidato podrá explotar a gusto sobre sus **experiencias** y **capacidades** ilustrando todo con imágenes claras.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

nombre de la persona/empresa  
a la cual va dirigida

Tiene como función

ir junto con el CV.

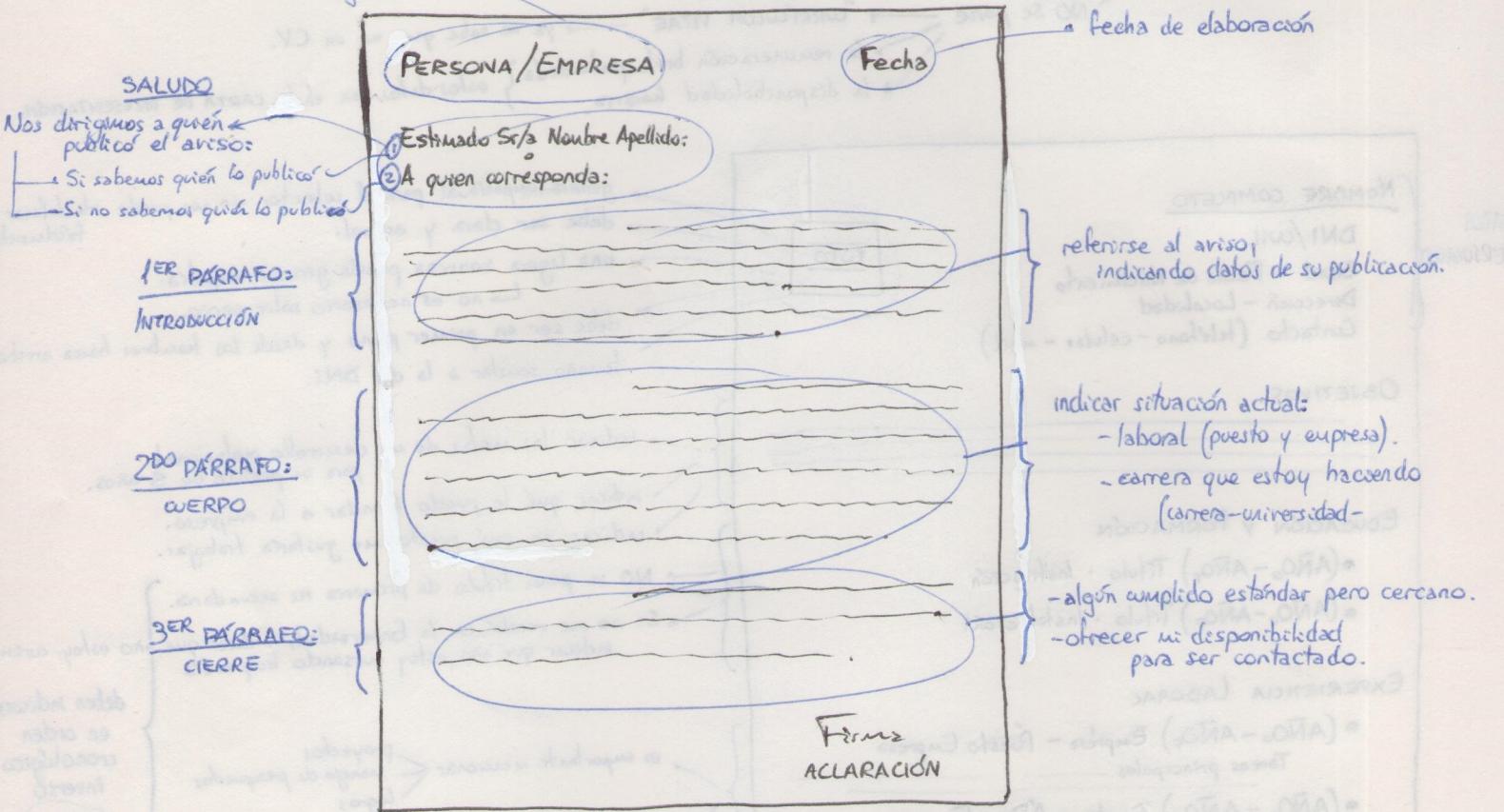
en ella se reflejan el interés del candidato por la empresa.

la capacidad de comunicación.

llamar la atención del empleador.

marcar la diferencia con los demás postulantes.

conseguir una entrevista.



- No se debe repetir información que aparece en el CV.
- Si piden que les indiquemos **retribución pretendida (CV)**, indicarlo. Si no, no indicar nada.
- Si piden que les indiquemos **disponibilidad horaria (CP)**

## LA NUEVA ERA DEL EMPLEO

1/2

2

### PERSONAL BRANDING: MARCA PERSONAL

- Elaborar nuestro plan personal de marketing para conseguir trabajo

estrategia - planificación - seguimiento de nuestra parte.

- Consejos para empezar a construir una Marca personal

tiende a la promoción personal a través de la percepción que los demás tienen de uno.

trata que la persona sea vista como diferente y capaz de aportar su valor único e irrepetible.

activo inmaterial que incluye la pertenencia externa y la impresión que se causa.

OFFLINE — el CV en papel tiene que estar preparado y al día.

ONLINE — nuestro perfil en LinkedIn debe ser claro y estar al día.

pensar en uno mismo como una marca.

monitorear mi presencia en las redes. → darle un propósito a lo que se comparte.

asociarse con otras marcas fuertes.

reinventarse.

### EMPRESAS 2.0

→ empresas que utilizan la web para comunicarse

(dirigiendo a las personas para que comparten lo que saben y aflore la creatividad, haciendo que se convierta parte de la misión).

### CULTURA 2.0

→ no se trata de un cambio de tecnología, sino de mentalidad basada en relación, gestión, el modo de trabajar, colaboración, compromiso, humildad, corresponsabilidad.

Cuanto más tradicional sea la organización, más tiempo y esfuerzo le costará transformar su cultura en 2.0.

### BÚSQUEDA LABORAL EN UN ENTORNO 2.0

→ con un mercado laboral cada día más estrecho <selectivo> es fundamental dedicar más tiempo a ser encontrado.

→ EMPLEO 2.0 → no es buscar oportunidades, es hacer que te encuentren.

se refiere a técnicas, no contenidos.

para ser encontrados fácilmente por las empresas que queremos que nos contraten,

necesitamos diferenciarnos.

tener definida nuestra imagen personal.

→ WEB 2.0 → nuevo escenario para encontrar empleo.

que los profesionales demuestren lo que valen.

### CONSEJOS PARA ENCONTRAR TRABAJO EN AMBIENTES 2.0

informarse → buscar recursos en Internet

información. oportunidades. ofertas.

hacer que te busquen → usar Internet para crear contenidos.

es importante crear una buena reputación profesional.

usar redes sociales

networking → los contactos/amigos online como intermediadores.

eficacia de los portales de empleo en Internet → son una gran oportunidad para personas proactivas y que toman la iniciativa.

fiabilidad

# GUÍA PARA UNA ENTREVISTA LABORAL EXITOSA

## **PARA LOS CANDIDATOS**

### **ANTES DE LA ENTREVISTA**

- investigar a la empresa (y al puesto al qual me estoy postulando).
- entregar preguntas/respuestas.
- repasar lo que se puso en el CV.
- averiguar tiempo de viaje (para no llegar tarde) → **estar 10-15 min. antes, 10 más ni menos.**
- tener en cuenta **ropa** y **aspecto personal**.

### **DURANTE UNA ENTREVISTA**

enfocarse 100% en la entrevista (nada más importa)

- en la sala de espera, esperar tranquilo (sentado, de ser posible)
- apagar el celular.
- saludar cordialmente.
- sentarse derecho.
- no interrumpir al entrevistador.
- no responder con un SÍ-NO seco → **hay que rendirse!** sin irse por las ramas
- no hablar mal de la empresa anterior.
- decir "estoy buscando trabajo" → para que la empresa sepa que no es la única posible empleadora.

### **PREGUNTAS**

- ¿qué posibilidades de crecimiento tengo?
- ¿cuál es la dinámica de trabajo?
- ¿cómo está formado el equipo?
- ¿qué beneficios tengo al pertenecer a la empresa?
- ¿dónde continúa el proceso de selección? **¿se comunican conmigo?**
- **¿hay otra entrevista?**

### **DESPUÉS DE LA ENTREVISTA**

- mantener el contacto para la próxima entrevista → **quién se contacta con quién**.
- si: me llaman, no decir **de qué puesto/empresa eran?** **cuánto ofrecen?**

## **PARA EL ENTREVISTADOR**

### **El entrevistador debe**

- conseguir información sobre la trayectoria **profesional** **personal** del entrevistado
- averiguar **conocimientos**, **habilidades**, **experiencia**, **motivaciones** necesarios para encajar en **la empresa**. **el puesto**.
- registrar la entrevista (para obtener información objetiva del candidato).
- tener siempre el control de la entrevista.

### **ENTREVISTAS GRUPALES**

- se evalúa la interacción entre los entrevistados, para ver
- suelen haber "breaks", los cuales también se evalúan.
- duran más que las entrevistas individuales.

- cómo te comunicas con los demás.
- cómo trabajas en equipo. → qué podemos ofrecer en un equipo.
- se pueden contratar a un grupo directamente.

# LA NUEVA ERA DEL EMPLEO

2/2

## GESTIÓN DEL TALENTO

- capacidad para alcanzar resultados superiores (en personas o en grupos).
- proceso de desarrollar, incorporar y retener recursos humanos a la fuerza laboral.
- busca destacar a aquellas personas con su alto potencial dentro de su puesto laboral.

En una misma empresa pueden existir personas de diferentes generaciones, con diferentes motivaciones

las organizaciones que valoran estas diferencias pueden generar mejores políticas de RRHH.

Debemos gestionar el talento para mejorar los equipos de trabajo y mejorar la calidad de vida profesional/laboral.

### BABY BOOMERS (1936-1961)

- crecieron en familias que replican un modelo autoritario, pero a diferencia de sus padres, ellos manifiestan un cambio.
- se enfrentan al efecto globalización, a las fusiones.
- apuestan a la estabilidad y crecimiento de una empresa de por vida.
- lo tecnológico: la televisión.

### GENERACIÓN X (1962-1979)

- como han visto a sus padres fracasar por haber trabajado por la empresa —> son desconfiados.
- son individualistas.
- sólo creen en ellos mismos (~~matrimonio - política - gobierno - empresas~~).
- valoran más el tiempo —> buscan un equilibrio entre vida personal y trabajo.
- son activos (no reactivos) —> cuando algo no les gusta, buscan un cambio.

### MILLENNIALS GENERACIÓN Y (1980-1995)

- tienen una conciencia social marcada por hechos políticos mundiales/locales.
- son más abiertos a temas polémicos y a familias no tradicionales.
- poseen una personalidad crítica —> dan importancia a su autonomía.
- tienen muy poco apego a un puesto de trabajo.
- son los que más tipos de tecnología han usado

Internet.  
celular.  
MP3/MP4.  
CD/DVDs.

### POST-MILLENNIALS GENERACIÓN Z (1996 - 2010)

- nativos tecnológicos
- dependen en gran parte de ella.
- se inclinan más por el mundo virtual.
- desde su niñez ya existían Internet y las TICs.
- sus padres los involucran en las decisiones.
- buscan placer y diversión en el trabajo.
- creen en el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad.
- la responsabilidad, el compromiso surgen solamente cuando encuentran sentido a lo que hacen.

Para que la gestión de las empresas resulte, hay que "compensar" las generaciones

↓  
las empresas deben considerar estrategias que contemplen

el conocimiento de los BABY BOOMERS.  
la experiencia

la gestión de la GENERACIÓN X.  
la fuerza

el manejo de las nuevas tecnologías de la GENERACIÓN Y.

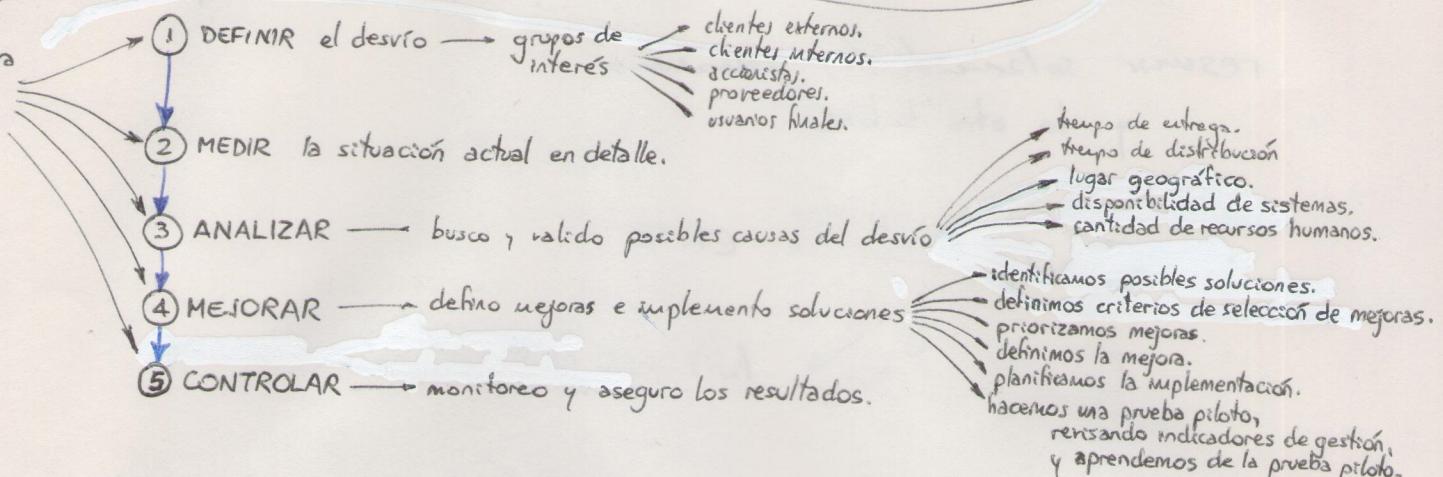
## GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales.

La CALIDAD está relacionada con las especificaciones de un producto/servicio, y eso depende de cada persona.

cuando hay una brecha entre la situación actual y un objetivo definido (o sea, cuando las cosas no son como deberían ser), estoy frente a un DESVIÓ.

5 pasos para resolver el desvío



## LA ERA DEL CAPITAL HUMANO DE CLAUS MÖLLER

la idea es que las organizaciones pongan al empleado sobre todo.

que el empleado se sienta parte de la compañía, asumiendo responsabilidades por los éxitos y los fracasos.

3 criterios para el éxito

- PRODUCTIVIDAD → no gastar más de lo que se tiene.
- RELACIONES HUMANAS → empleados felices  
se necesita el compromiso de la gente } cuidado del capital humano.
- CALIDAD → clientes felices.  
que los que vuelvan sean los clientes, no los productos.

Para que nuestra administración sea eficiente, primero tienen los empleados, luego los clientes y por último las ganancias.

Niveles de actividades en la compañía

- GERENCIAL
- EQUIPO
- INDIVIDUAL

} para llegar al corazón de la gente, hay que olvidarse de la administración de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba.

AQUARIUM ADMINISTRATIVO

No hay que esperar a que las cifras sean malas para cambiar estrategias.

↓  
si hay que cambiar de estrategia,  
que sea antes de lo necesario  
(cuando las cosas van bien).

# Resumen: LA ORGANIZACIÓN QUE APRENDE

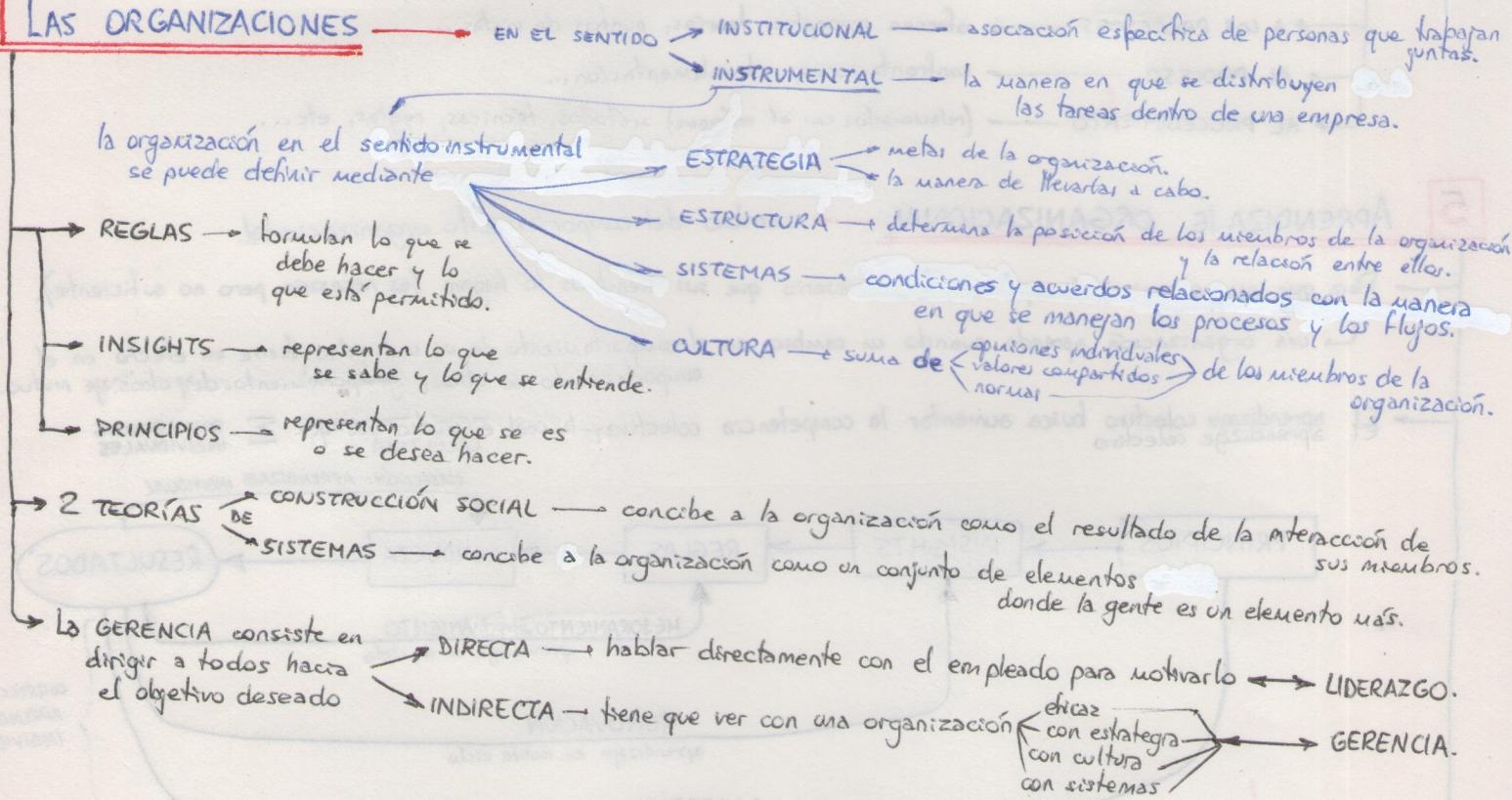
1/2

4

## 1 DESARROLLO DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

- Al inicio de la empresa, el fundador ejerce una mayor influencia sobre el personal, pero conforme crece, los individuos van captando las opiniones, valores y preferencias del fundador estableciendo así un único criterio.
- COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL → elementos y patrones colectivos en la conducta de la gente que trabaja en una organización.
- resulta del establecimiento de reglas acerca de cómo trabajar.  
cómo debe practicar el juego a partir de aquellas reglas.

## 2 LAS ORGANIZACIONES



## 3 APRENDIZAJE

- cambio de conducta
- CONSCIENTE → TÉCNICO/MÉTODO → consiste en estar ocupado de una manera consciente al aprender.
- INCONSCIENTE → INFORMAL → aprender por imitación.  
FORMAL → se aprende mediante la experiencia (basado en recompensas y castigos).
- APRENDER es un proceso cíclico, interminable, de repetición constante y plazos variables.
- (RE →) HACER → REFLEXIONAR → PENSAR → DECIDIR
- El aprendizaje consciente es un prerequisito para el desarrollo del POTENCIAL DE APRENDIZAJE.
- 3 niveles de autoconocimiento → PRIMER NIVEL → lo que uno puede hacer.  
SEGUNDO NIVEL → conocimiento de lo que uno sabe y entiende.  
TERCER NIVEL → conocimiento de quiénes somos, quiénes deseamos ser.

## 4

EDUCACIÓN

EDUCAR → ayudar a aprender

EDUCACIÓN → programas dirigidos hacia la adquisición de conocimientos.

CAPACITACIÓN → programas dirigidos hacia la adquisición de habilidades.

FORMACIÓN → programas dirigidos hacia el desarrollo de actitudes específicas.

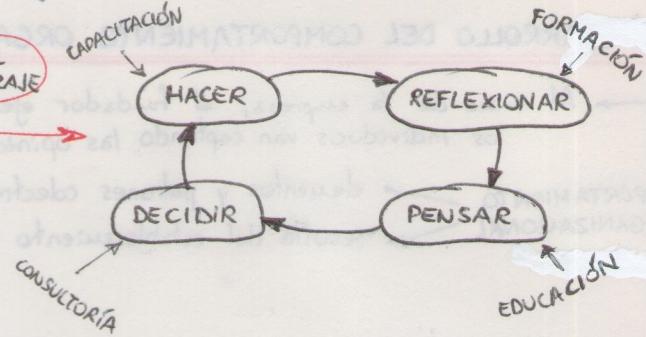
→ La EDUCACIÓN consiste en hacer intervenciones en el CICLO DEL APRENDIZAJE

CAPACITACIÓN → ayudar a HACER.

FORMACIÓN → ayudar a REFLEXIONAR.

EDUCACIÓN → ayudar a PENSAR.

CONSULTORÍA → ayudar a DECIDIR.



→ Las intervenciones específicas orientadas:

→ A LOS CONTENIDOS → ofrecen conceptos, teorías, puntos de vista ...

→ AL PROCESO → confrontaciones, retroalimentación...

→ AL PROCEDIMIENTO → (relacionadas con el enfoque) métodos, técnicas, reglas, etc...

## 5

APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

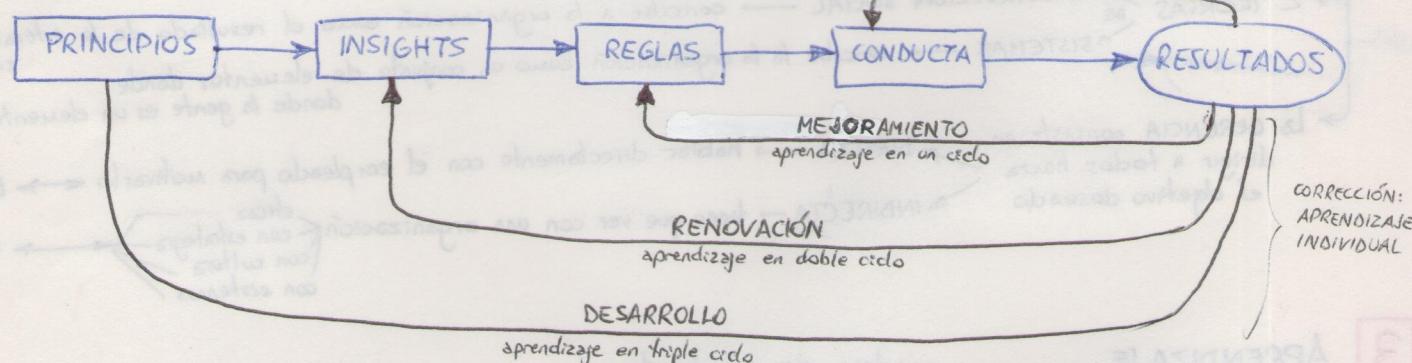
→ Para que una organización aprenda, es necesario que sus miembros lo hagan (es necesario pero no suficiente).

↳ una organización aprende cuando un cambio en el comportamiento de un individuo tiene un efecto en el comportamiento de otros, generando así un aprendizaje mutuo.

→ El aprendizaje colectivo busca aumentar la competencia colectiva

→ COMPETENCIA COLECTIVA >  $\sum$  COMPETENCIAS INDIVIDUALES

CORRECCIÓN: APRENDIZAJE INDIVIDUAL



CICLO	en 1 ciclo (simple)	(doble)	(triple)
ÁREA (de cambios)	REGLAS	INSIGHTS	PRINCIPIOS
NIVEL	obligaciones y permisos	conocimiento y entendimiento	valor y voluntad
PLAZO	días	meses	años
RESULTADO	MEJORAMIENTO	RENOVACIÓN	DESARROLLO

ORGANIZACIONES QUE APRENDEN A APRENDER

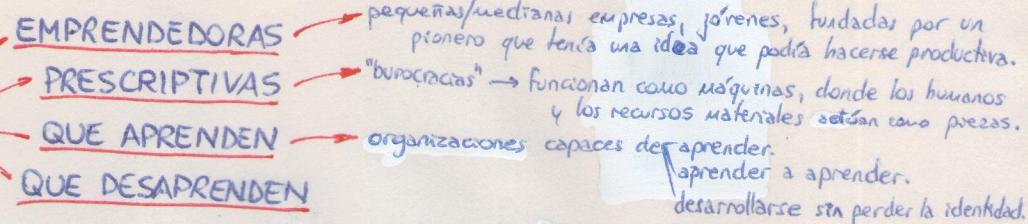
→ organizaciones que empiezan a reconocer sus problemas, los examinan y obtienen lecciones de ellos.

# Resumen: LA ORGANIZACIÓN QUE APRENDE

2/2

5

## 6 7 8 9 ORGANIZACIONES



ORGANIZACIÓN	ESTRATEGIA	ESTRUCTURA	CULTURA	SISTEMAS
EMPRENDEDORA	- agresiva. - corto plazo. - intuitiva.	- simple - alta gerencia. - personal operativo. - informal.	- cultura de poder. - lealtad. - gran familia	- mal necesario.
PRESCRIPTIVA	- liderazgo a través de costos bajos. - largo plazo.	- niveles jerárquicos. - división de responsabilidades por especialidad. - formal.	- de roles. - se premian la eficiencia y el evitar conflictos.	- dirigidos a mantener el control a través del análisis de los desvíos.
QUE APRENDE	- desarrollo continuo. - corto y mediano plazo.	- unidades y equipos combinados de una forma flexible.	- creativa. - orientada a la resolución de problemas.	- sistemas de apoyo. - lidiar con lo complejo.

→ ORGANIZACIONES QUE DESAPRENDEN → organizaciones/burocracias que están experimentando un cambio.  
casi siempre se trata de cambios en la estructura, en lugar de cambios en la cultura.

→ uno debe desaprender lo viejo para aprender lo nuevo, siendo lo más difícil lo primero.

→ "ANTEPROYECTO" → proceso de pensamiento/reorganización de lo que la organización desea a futuro en lo referente a sus componentes

y luego tratar de convencer a los empleados de lo acertado que está el "ante proyecto" (proceso de cambio de conducta).

→ cuando se da un cambio generacional grande

todos tienen que aprender a adaptarse, ya que es un proceso impuesto.

las personas tienen que aprender las nuevas reglas, insights, principios, siendo un proceso colectivo, ya que lo realizan todos en la organización.

## HERRAMIENTAS ESTRÁTÉGICAS

### EMPOWERMENT (EMPODERAMIENTO)

el hecho de delegar <sup>poder autoridad</sup> a los subordinados y de conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo.

- busca la relación entre la organización y su gente aumentando <sup>la confianza  
la responsabilidad  
la autoridad  
el compromiso</sup> para mejorar el servicio al cliente.
- la idea es que quienes se encuentren directamente relacionados con una tarea tengan el poder para tomar decisiones sin tener que requerir autorización de sus superiores.
- herramienta de la calidad total que provee elementos para fortalecer los procesos que llevan a las empresas a su desarrollo.

### REINGENIERÍA

repensar de manera fundamental los procesos de negocios y rediseñarlos radicalmente, con el fin de obtener dramáticos logros en el desempeño.

- factores clave
  - ORIENTACIÓN HACIA LOS PROCESOS → el punto de partida para el éxito organizacional es tener procesos bien diseñados.
  - CAMBIO RADICAL → reingeniería no es mejorar lo que ya existe, sino desechar lo actual para recomenzar → reinventar cómo podemos hacer nuestro trabajo.
  - MAGNITUD DE LOS RESULTADOS ESPERADOS → se buscan resultados de gran impacto, espectaculares.
- críticas que recibe
  - enfocado hacia lo operativo → descuidando el rediseño de la gerencia, de los administradores.
  - ha servido como excusa gerencial para despeder personal → recargando el trabajo a quienes permanecen en la empresa.
- fases
  - PLANIFICACIÓN → poner en marcha el proyecto, fijando alcance y objetivos, involucrando al personal adecuado.
  - APRENDIZAJE INTERNO → comprender la situación actual, el curso de los procesos rigentes...
  - APRENDIZAJE EXTERNO → exponer al equipo encargado de la reingeniería a las nuevas ideas y experiencias.
  - REDISEÑO → aplicar los aprendizajes interno y externo para representar todo el proceso, comenzando desde cero.
  - IMPLEMENTACIÓN → poner en su lugar
    - los cargos
    - las aptitudes del personal
    - las estructuras adecuadas
    - las tecnologías adecuadas
 para facilitar una transición exitosa hacia el nuevo proceso.

### BENCHMARKING

proceso por el cual una empresa se compara con otras empresas líderes para imitarlas, descubrir y entender.

- busca que la empresa sea más competitiva (y más rentable, en última instancia).
- el proceso de benchmarking es el paso previo a un proceso de reingeniería.

## OUTPLACEMENT

técnicas para reubicar trabajadores debido a fusiones.  
adquisiciones.  
reestructuraciones.  
se trata de contenerlos  
reorientarlos > para facilitarles una positiva reinserción laboral.  
que no se vea afectada su reputación ni en el mercado de trabajo.  
en su vida personal.

### enfoques

- ENFOQUE TRADICIONAL → orientado a que la persona recupere su condición de empleado.  
pero si el periodo de transición se prolonga demasiado, se lo capacita para generar un ingreso.
- ENTREPRENEURSHIP → demuestra especial atención a la capacitación emprendedora.  
la persona es habilitada para trabajar en forma flexible.

## OUTSOURCING (TERCERIZACIÓN)

→ contratación externa de recursos.

permite que la empresa se concentre exclusivamente en su negocio.

reduce costos.

incrementa el nivel de dependencia de entes externos.

## REINVENTACIÓN

## CAMBIOS RADICACIALES

## MANIFESTACIONES

## TIPOS DE REINVENTACIÓN

## REFORMAS

## TRANSFORMACIÓN

## REVOLUCIÓN

## EXPLORACIÓN

## EXPANSIÓN

## ESTRATEGIA

## REFORMULACIÓN

## GENOCIDIO

# COMUNICACIÓN EFECTIVA

1/2

PRESENTACIONES GRÁFICAS EFECTIVAS

## COMUNICACIÓN



comunicamos para  
- tomar decisiones.  
- alcanzar un acuerdo.  
- transmitir información.

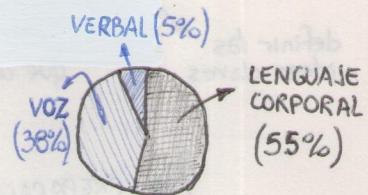
COMUNICACIÓN  
NO VERBAL → transmitir mensajes mediante  
movimientos observables

faciales.  
gesticulares.  
posturales

Para obtener una conclusión acertada,  
hay que observar  
los gestos en su conjunto...

son una cuestión cultural,  
los aprendemos inconscientemente  
de nuestro alrededor

COMUNICACIÓN  
VERBAL  
NO VERBAL  
ORAL.  
ESCRITA.  
GESTOS.  
IMÁGENES.  
SONIDOS.



teléfono -  
e-mail -  
Internet -  
formas de intercambio  
de información

formas de intercambio  
de información

propuestas/planes  
informes  
reuniones

técnicas para  
obtener  
información  
- plantear preguntas  
- tomar notas.  
lectura.

abiertas.  
cerradas.  
de investigación  
de seguimiento  
de redacción.

GESTOS  
frotarse el ojo  
mostrar las palmas  
de la mano  
cruzarse de  
brazos  
ubrir ambas manos  
detrás de la cabeza  
tocarse la nariz.  
rascarse la oreja.  
rascarse el cuello.

## COMUNICACIÓN INFLUYENTE

influir

capacidad de hacer/dicir algo de manera tal que  
genere un proceso de transformación en el receptor.

INFLUENCIA  
transformar creencias o puntos de vista  
mediante la comunicación.  
proceso voluntario por parte del receptor.

MANIPULACIÓN  
posee una connotación negativa porque  
afecta a la voluntad de las personas.  
grupos, mentir.  
ocultar información.

Efecto  
Pigmalión → una persona consigue lo que se proponía  
por la creencia de que puede conseguirlo o lograrlo.

dónde se aplica?

en toda situación en donde  
participen las personas

equipos de trabajo.  
presentaciones.  
entorno familiar.  
reuniones.  
relaciones.  
negocios.  
rentas

técnicas y herramientas  
que nos pueden ayudar  
en el proceso de influir

tenemos la tendencia a hacer lo que hacen los demás.

las personas prefieren NO PERDER antes que ganar.

el factor tiempo > el factor stock > tienen relación directa con el deseo de tener algo.

la aprobación > elogio > hacen sentir a los demás importante → es motivador.

advertir sobre un problema sólo funciona si el receptor cuenta con las herramientas para  
combatir esa amenaza.

entrar la palabra "NO" → porque genera rechazo.

es más fácil influir en la gente de aquello en lo que ya cree → el desafío es  
reconocer su realidad.

# PRESENTACIONES ORALES EFECTIVAS

Para que una presentación no fracase

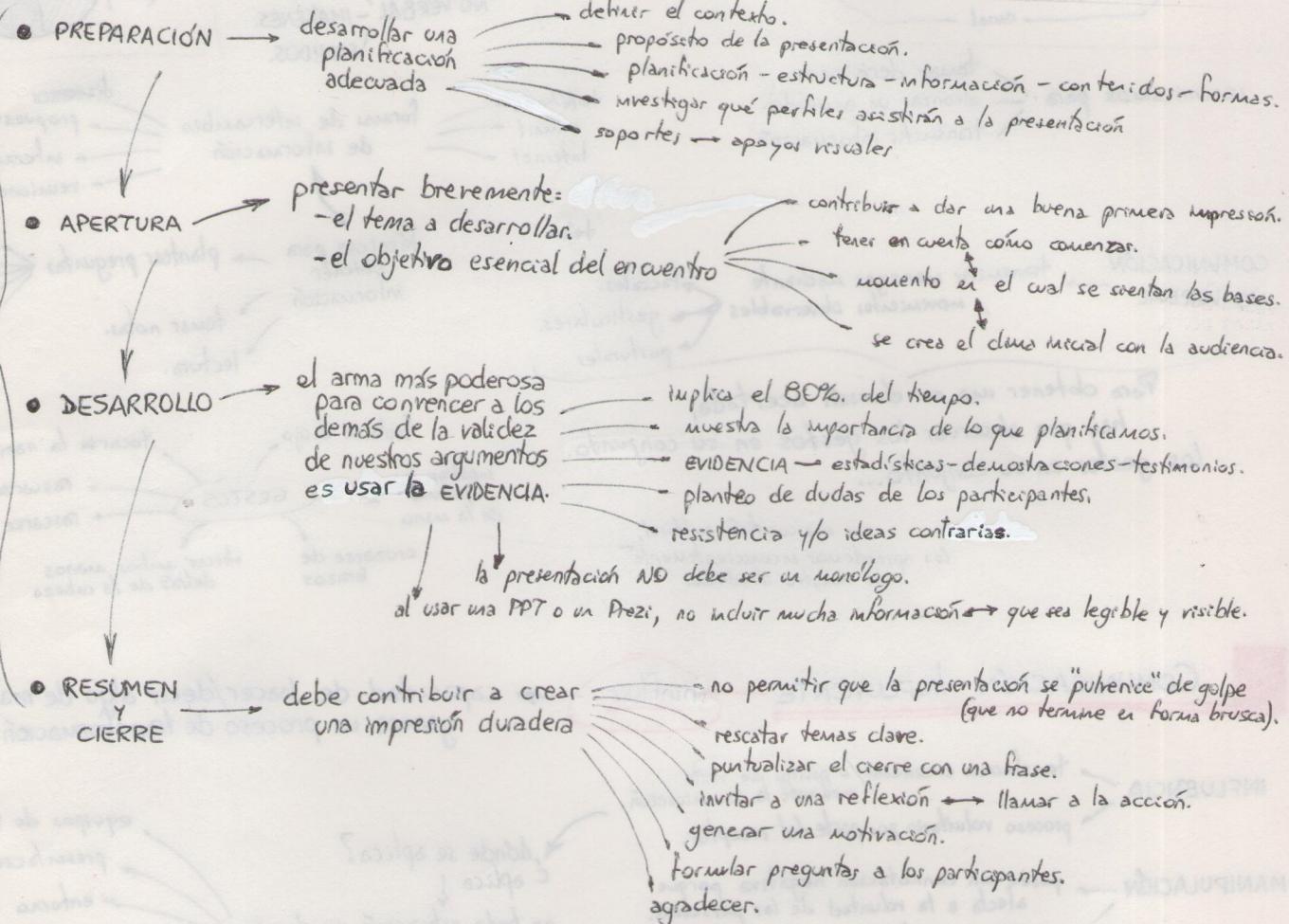
hay que empezar con el fin en la cabeza

definir las ideas claves

desarrollar argumentos que consideramos convincentes.

nervios  
miedos.  
orador.  
impuntualidad.  
indumentaria.  
tono de voz.  
lenguaje no verbal.  
ejemplos no adecuados.  
falta de planificación

presentación oral sea efectiva debe tener...



Un buen orador

- mantiene el contacto comunicativo con el público.
- mira honestamente a los ojos del público sin defenderse física, mental ni emocionalmente.
- se muestra, sin exhibirse, frente al público sin necesidad de "actuar" lo que no es.

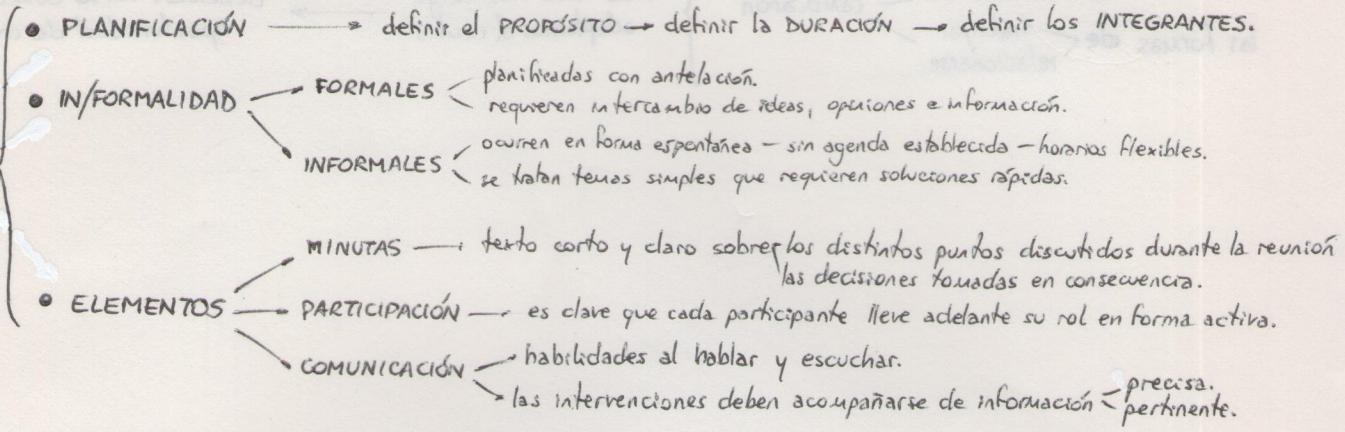
# COMUNICACIÓN EFECTIVA

2/2

## REUNIONES EFECTIVAS

→ aquellas en las cuales

- se logran las metas propuestas.
- los participantes están dispuestos a compartir ideas y conceptos.
- los participantes trabajan juntos.
- se cierran con la certeza de haber avanzado.
- se hacen en el menor tiempo posible.



- pautas básicas
- evaluar si realmente se necesita una reunión presencial
  - identificar quién debe asistir.
  - identificar y comunicar el objetivo a lograr.
  - seguir la agenda durante la reunión.
  - enviar la minuta estableciendo los pasos a seguir

tipos de reuniones

DIARIAS

- 15 min para identificar los problemas que están enfrentando los participantes.
- se comparte información y se desataban problemas.
- programar reunión en un lugar atípico y exigir puntualidad.
- quien lidera debe ser ordenado.
- manejando los tiempos para que la reunión sea breve.

SEMANALES

- 30min-1h para tratar temas puntuales.
- orientadas a la ejecución de la acción a tratar
- quien lidera debe ser alguien que conozca el tema clave a tratar.
- introducción, desarrollo, conclusión.
- la agenda.
- el aporte que pueda dar cada participante.

MENSUALES

- 2h-4h para realizar una mirada global
- generar planes de acción y poner foco en los responsables de la ejecución.
- quien lidera debe tener una visión integral de todos los temas.
- cómo avanzamos?
- análisis de métricas y proyecciones.
- detectar desvíos.

TRIMESTRALES Y ANUALES

- 1 dfa (fuera de oficina de ser posible) para plantearse estrategia.
- analizar competencia, tendencias, amenazas.
- es una oportunidad para elegir a un líder de la reunión que no suele liderar frecuentemente.
- en qué situación estamos?
- ¿debemos replantearnos las metas?

# CAMBIO

→ transición que ocurre de un estado a otro.

→ acto de hacer/convertir algo en otra cosa diferente.

El cambio organizacional aparece cuando colectivamente se empieza a hacer las cosas en forma diferente.

El cambio empieza en uno mismo

los paradigmas  
las necesidades → cambiaron  
las formas de trabajar  
relacionarse

todo esto nos exige adaptarnos al cambio

debemos verlo como una oportunidad de crecimiento.

# SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

9

## SUSTENTABILIDAD

su meta es el esfuerzo conservativo

satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

para lograrla hay que tener en cuenta varios factores

bienestar.  
desarrollo.  
medio ambiente.  
futuro.

## Desarrollo Sustentable

su concepto se basa en la constatación de que en la naturaleza nada crece indefinidamente.

implica pasar de un desarrollo pensado en términos cuantitativos (basados en el crecimiento económico) a uno del tipo cualitativo, donde se establecen vinculaciones entre aspectos económicos.

las políticas de desarrollo sustentable afectan 3 áreas

económica.  
ambiental.  
social.

sociales.  
ambientales.

## Objetivos básicos a cumplir

ECOLÓGICOS → mantener las características principales de los ecosistemas, las cuales son esenciales para la supervivencia a largo plazo.

ECONÓMICOS → debe promoverse una economía productiva, que debe proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de los recursos.

SOCIALES → los beneficios y los costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos.

## Para alcanzar la sustentabilidad

la sociedad debe:

- respetar y cuidar la comunidad de los seres vivos.
- conservar la vitalidad y la diversidad de la Tierra.
- modificar actividades y prácticas personales.
- facilitar a las comunidades para cuidar a su medio ambiente.
- forgar una alianza mundial

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

→ contribución activa y voluntaria al mejoramiento

social  
económico  
ambiental

por parte de las empresas.

### Responsabilidades éticas de la empresa

respetar los derechos humanos.

respetar el medio ambiente.

mantener la ética empresarial.

uso correcto del agua.

lucha contra el cambio climático

implicar a los empleados en buenas prácticas de RSE.

implicar a los consumidores, comunidades y al resto de la sociedad.

servir a la sociedad con productos éticos.

La RSE es también una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

→ No existe aún un estándar para medir la RSE → por lo general se usan informes elaborados por las propias entidades.

### Responsabilidad Social Corporativa

aplica a las empresas más grandes.

### Responsabilidad Social Empresarial

aplica a todas las empresas.

### Responsabilidad Social

el compromiso de todos los ciudadanos.