



CURSO PRÁCTICO DE IA GENERATIVA E IA ENFOCADA A NEGOCIO

F.4811.005.002

Empleabilidad

Efrén J. Rodríguez

20/11/2024



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos



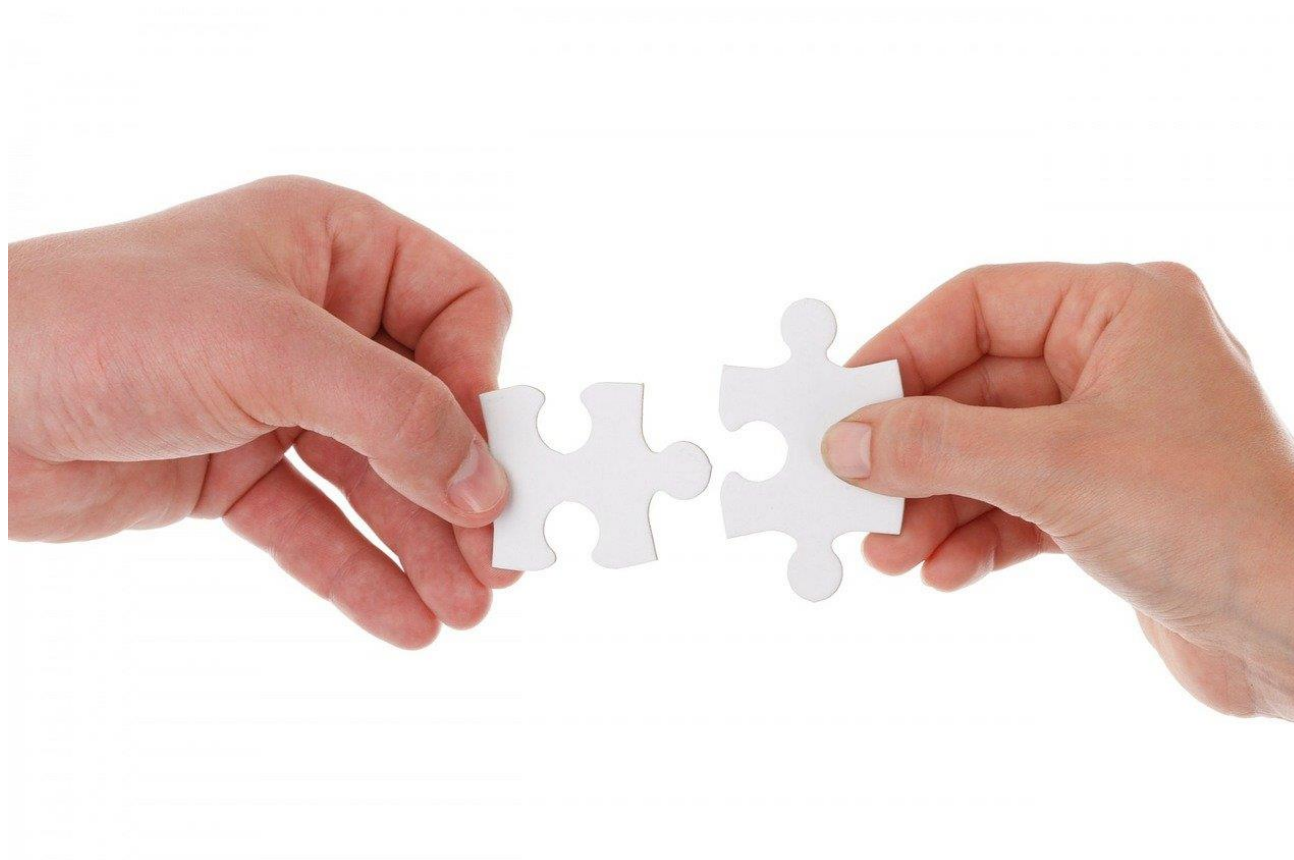
MP+

Autoconocimiento +
Estrategia de posicionamiento
Comunicación
Identidad digital
Networking
Marca personal

@efrenjrodriguez



Fundamentos de la comunicación



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Fondos Europeos





El lenguaje crea realidades

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

Rafael Echeverría, coach ontológico



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos



SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL | SEPE



Componentes de la comunicación



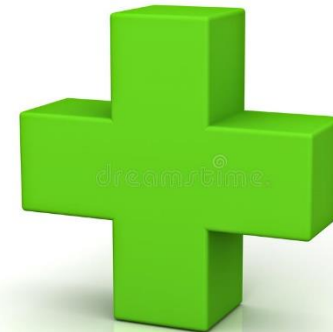


Otro enfoque

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



Mensaje apropiado
Personas adecuadas
Momento oportuno
Canal más efectivo
Comunicación exitosa





Lo verbal, lo no verbal y lo paralingüístico



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

EOI Escuela de
organización
industrial



Fondos Europeos



SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL | SEPE

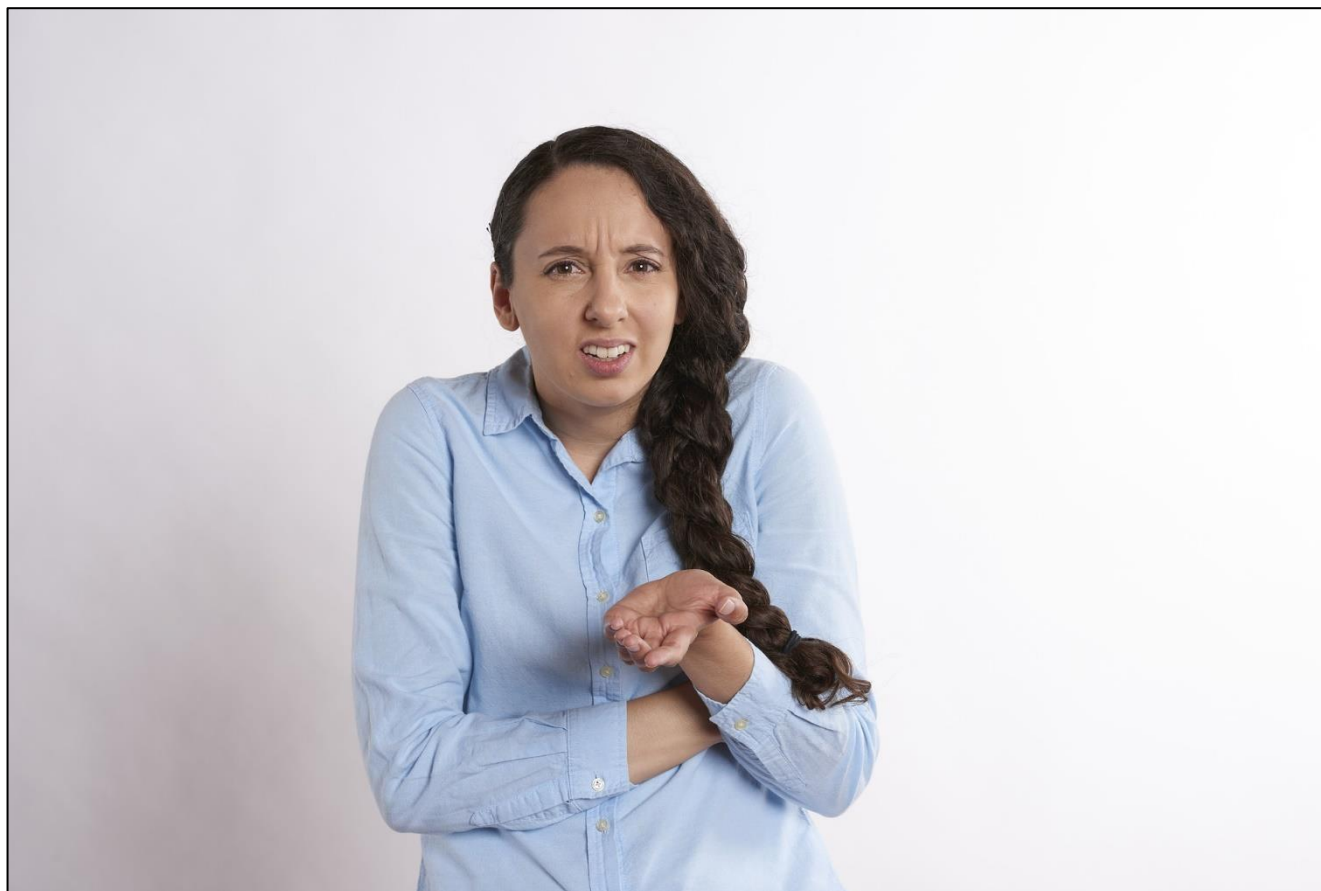


¿Qué nos está comunicando?





¿Qué nos está comunicando?





¿Qué nos está comunicando?





¿Qué nos está comunicando?





¿Qué nos está comunicando?





¿Qué hay de nuevo en la comunicación?

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



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Escuela de
organización
industrial



Fondos Europeos





Antes de la entrevista



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Fondos Europeos



Errores de comunicación



LAS ESTADÍSTICAS MUESTRAN QUE LAS PRIMERAS IMPRESIONES VIENEN DETERMINADAS POR:



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



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



CV+CP+TV

¿QUIÉN SOY?

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

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

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

Me apasiona entrevistar a gente, ganarme su confianza y aprender. Por esta inquietud y la de otros amigos nació *respublica.es* donde escribimos sobre la vida

EDUCACIÓN

Educado por unos padres excepcionales

Historia y Periodismo
Universidad de Navarra

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

Colegio La Farga. Sant Cugat del Vallés

TRABAJO

Servicio Actividades Culturales de la Universidad de Navarra

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

Servicio de Admisión de la Universidad de Navarra

Pinturas Cabanas (dependiente)

Gearbox del Prat – SEAT (cadena de montaje)

Profesor particular y de guitarra

SE ME DA BIEN...

Trabajo bien en equipo y soy motivador

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

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

LENGUAS

Castellano, catalán e inglés

IGNASI BENGURÍA ROCA

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

@InasMc

3 70 26 70 2 14 3

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

¿QUIÉN SOY?

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




Cofinanciado por
la Unión Europea



Fondos Europeos





Integración BMC-P





Egosurfing:

¿Qué información hay sobre mí en Internet?

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



LinkedIn como
Red Social profesional



Linked



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos





Linked out[®]



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos



SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL | SEPE

990.000.000





Información de interés sobre LinkedIn:

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

Fuente: Perplexity



Regresamos en 20 minutos



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

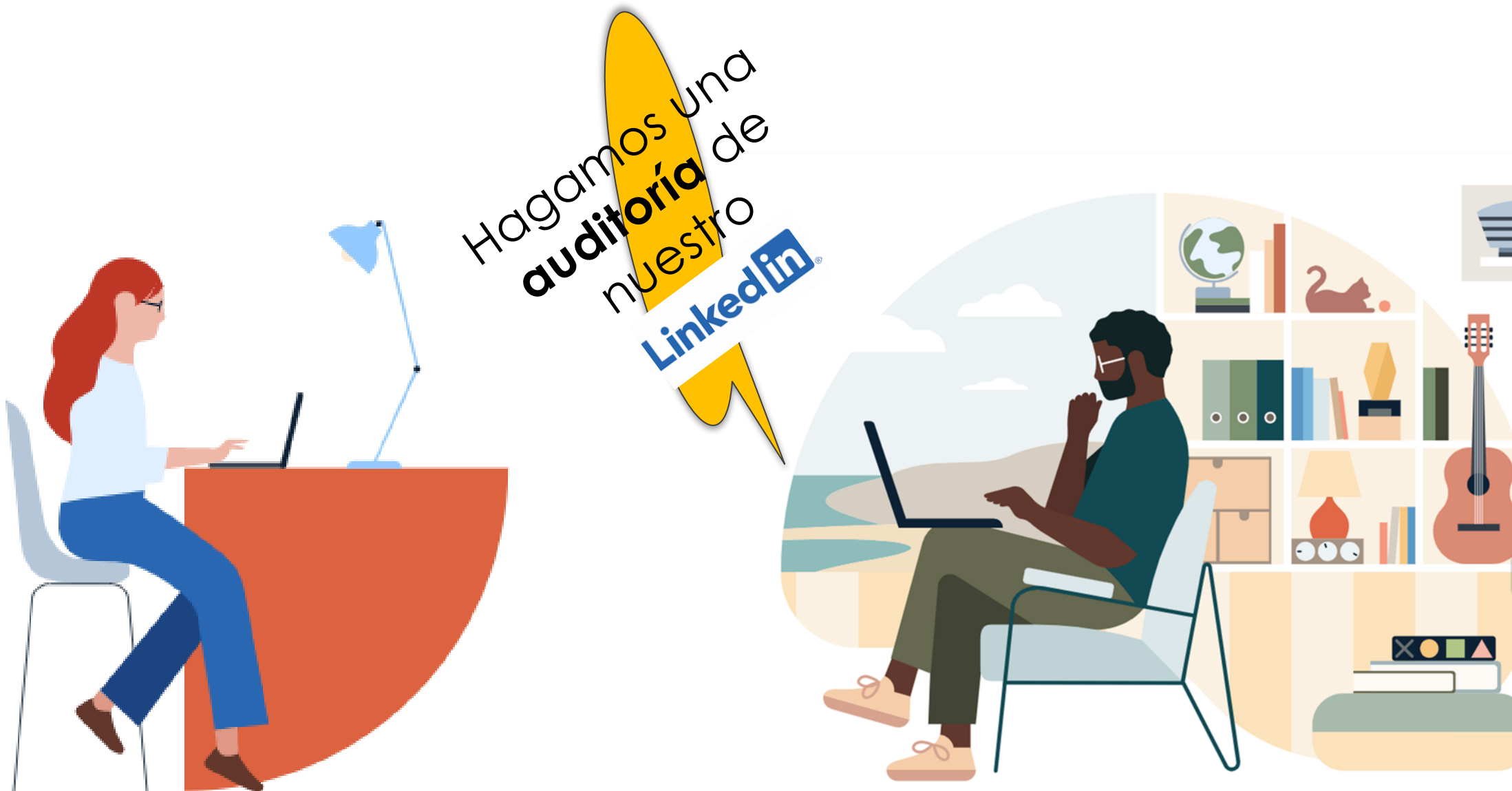


Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos





Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Escuela de
organización
Industrial



Fondos Europeos



Un estudio

El Estudio de LinkedIn 2024

Conclusiones y tendencias tras analizar 1.578.969 publicaciones de 41.170 cuentas.



13-15 SEG

El tiempo medio de visualización de un vídeo.



32%

El carrusel supera en engagement al resto de formatos.



1-4

Promedio de carruseles publicados al mes



1-3

La cifra exacta para conseguir más interacciones.



10H

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



MIÉRCOLES

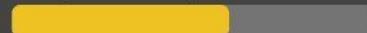
El mejor día para publicar, seguido del jueves y viernes

MEJORES FORMATOS

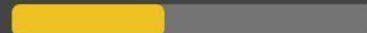
Carrusel 1.387,2 impresiones



Imagen 703,3 impresiones



Videos 672,2 impresiones



Textos 589,6 impresiones



COMPARTIDOS

Carrusel | **Imagen** | **Texto** | **Vídeo**

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



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



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



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



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



RECUERDA



Apuesta por los carruseles

Es el formato con más impresiones e interacciones.



Publica por la mañana

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

Tendencias en Redes Sociales 2024

¿Dónde publicas?

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

Fuente:
metricool



Ceciel Sánchez
Digital Strategist

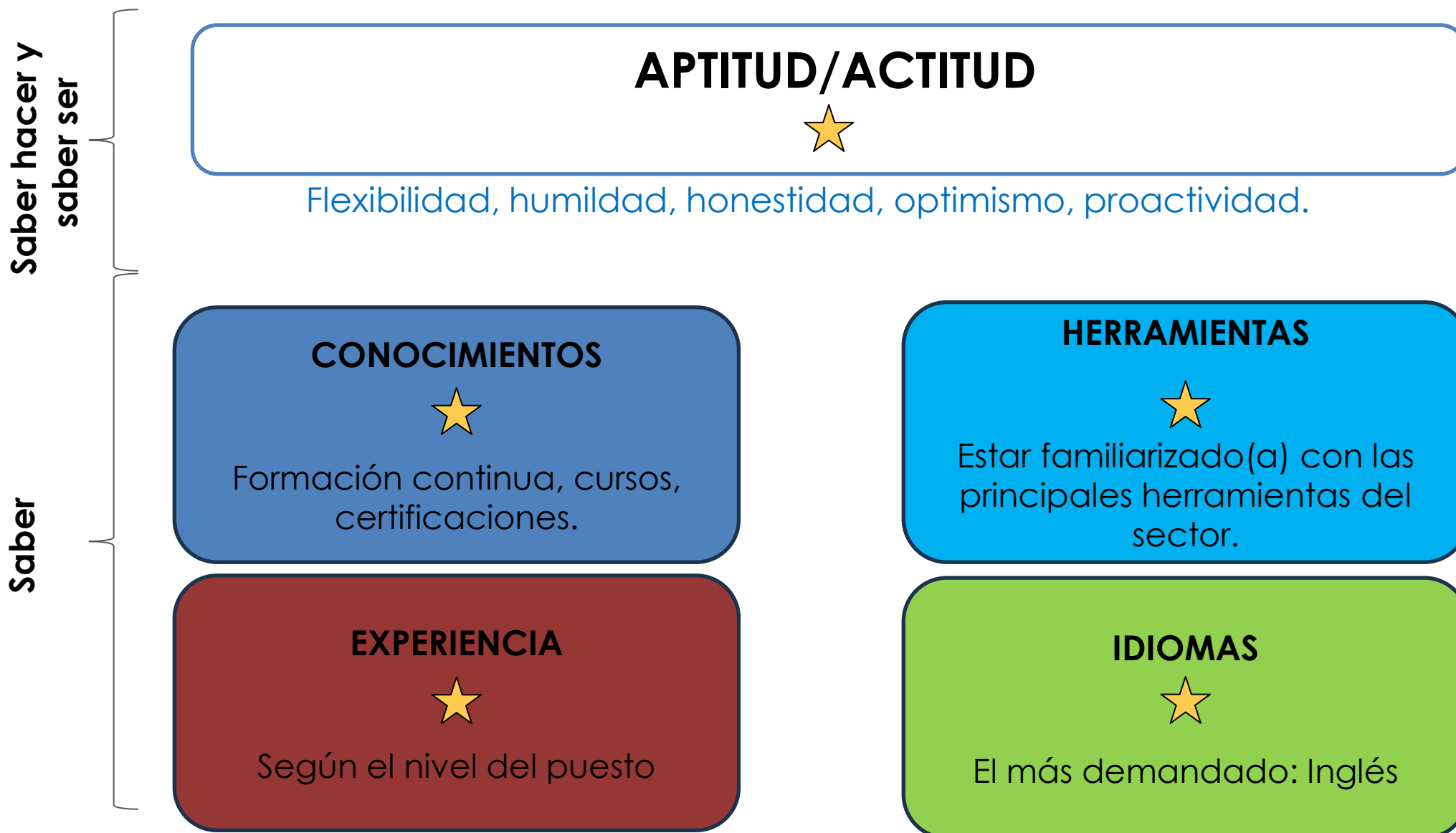


Pensar también en un PORTAFOLIO DIGITAL

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



La entrevista





Tipos de entrevistas más utilizadas:

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



Preguntas habituales:



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Fondos Europeos



La ENTREVISTA de TRABAJO





La ENTREVISTA de TRABAJO

¿Cómo conseguir una entrevista de trabajo?

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



La ENTREVISTA de TRABAJO

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

- ✓ Presentación
- ✓ Desarrollo
- ✓ Cierre



La ENTREVISTA de TRABAJO

4. ¿Cómo prepararte para una entrevista presencial?

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





La ENTREVISTA de TRABAJO

5. ¿Cómo prepararte para una entrevista en línea?

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





La ENTREVISTA de TRABAJO

6. Tipo de preguntas en una entrevista:

PREGUNTAS CURRICULARES

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

PREGUNTAS TÉCNICAS

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

PREGUNTAS COMPETENCIALES

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



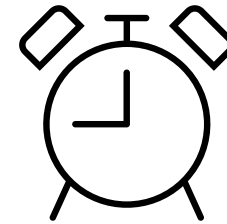
La ENTREVISTA de TRABAJO

Actividad 1: Preguntas más comunes

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

Luego haremos la puesta en común.

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



30 minutos para responder



Claves de la Marca Personal





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



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



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



Borra fotos comprometidas o poco apropiadas.



Evita temas polémicos como la política o religión.



Presta atención a tu ortografía. Cuídala.



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



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