



# MANUAL CURSO DE ORIENTACIÓN LABORAL



# MANUAL CURSO DE ORIENTACIÓN LABORAL

## Contenido

Una Experiencia en Conjunto .....	2
CURSO DE ORIENTACIÓN LABORAL .....	3
TEMA 1.- Características del Buscador de empleo .....	4
1.1 Factores de ocupabilidad .....	5
1.2 Plan Estratégico Personal .....	6
1.3 Los objetivos y el plan de acción. ¿Qué deseo y cómo puedo lograrlo? .....	10
1.4 Matriz FODA.....	11
TEMA 2.- Plan individual de Transformación – Habilidades blandas – Transfórmate para conseguir un empleo formal.....	13
2.1 Resolución de problemas.....	14
2.2 Enfoque a resultados .....	15
2.3 Trabajo en equipo .....	16
2.4 Autogestión.....	17
2.5 Aprendizaje continuo.....	17
2.6 Asunción de riesgos .....	18
2.7 Responsabilidad .....	19
2.8 Gestión del fracaso .....	19
2.9 Resolución de conflictos .....	20
2.10 Aspectos legales laborales .....	21
TEMA 3.- ¿CÓMO REDACTAR TU CURRÍCULUM VITAE? ¿CÓMO ENFRENTAR UNA ENTREVISTA? .....	24
3.1 Estructura del currículum .....	25



3.2 Consejos prácticos .....	27
3.3 Prepárate bien para las entrevistas .....	28
TEMA 4.- PRODUCTIVIDAD Y MARCA PERSONAL .....	29
4.1 Marca personal y reputación online. Comunicación y redes sociales .....	30
4.2 Argumentario de venta sociales .....	31
4.3 Las claves para un buen elevator pitch - ¿Cómo vender tu talento?: .....	33
4.4 Modelo Canvas personal .....	36
4.5 Networking Online y Offline .....	38
TEMA 5.- OPORTUNIDADES LABORALES EN ECUADOR Y EN EL MUNDO .....	41

## Una Experiencia en Conjunto

La movilidad ha sido una constante en la historia de la humanidad, la gente se mueve de un lugar a otro por diversas razones, la mayor parte de las veces por motivos económicos.



Este trabajo en conjunto tiene como objetivo principal, la inserción sostenible de las personas migrantes en la sociedad ecuatoriana y es un proyecto a largo plazo de los esfuerzos

Si revisamos nuestras historias personales, seguramente, en la mayor parte de los casos, vamos a encontrar ese signo de la migración en alguna etapa de nuestras vidas o las de nuestros antepasados.

Frente a los masivos desplazamientos humanitarios que se han suscitado en la última década, no se puede desconocer a este nuevo grupo que forma parte de nuestra sociedad. Su presencia, ha generado enormes cambios en la dinámica política, cultural y económica. Sin embargo, esta nueva realidad debe ser observada, no sólo como un reto sino como una oportunidad de transformación y de impulso.

FIDAL de mano de la Fundación alemana Hanns Seidel y con la cooperación del gobierno de ese país, empiezan con mucho entusiasmo esta nueva etapa para conseguir la mejor inserción, los mejores espacios de convivencia mutua entre los hermanos venezolanos y nuestros conciudadanos ecuatorianos.

FIDAL, una Fundación dedicada a trabajar por la educación, una mejor convivencia y armonía entre los seres humanos, y Fundación Hanns Seidel bajo el lema “al servicio de la democracia, la paz y el desarrollo” buscan fomentar estos principios en todos sus ámbitos de acción.

La convivencia no siempre es fácil, por ello queremos proveer algunas estrategias, herramientas y experiencias, a fin de lograr ese vivir armonioso y un proceso de crecimiento continuo, que arroje frutos maravillosos.

Somos hermanos, somos seres humanos, tenemos una naturaleza maravillosa, tenemos buenas intenciones. Con esos ingredientes, hay razones para mirar con optimismo el futuro.

¡Bienvenidos a este Curso de Orientación Laboral!

*Rosalía Arteaga*  
*Presidenta Ejecutiva FIDAL*

*Philipp Fleischhauer*  
*Representante Regional para Ecuador,*  
*Perú y Bolivia Fundación Hanns Seidel*

## CURSO DE ORIENTACIÓN LABORAL



### Presentación

Como parte del Proyecto Todos Migramos se ha elaborado un plan de capacitación para dotar de herramientas que permitan aumentar las probabilidades de encontrar un empleo formal, el cual guiará a los participantes con técnicas y herramientas prácticas.

### Objetivo

Capacitar a la población local y a la población migrante regularizada venezolana, brindándoles asistencia en herramientas sobre el tema de orientación laboral, para así mejorar sus condiciones socioeconómicas, y utilizar a la migración como un medio para motivar el desarrollo de la región.

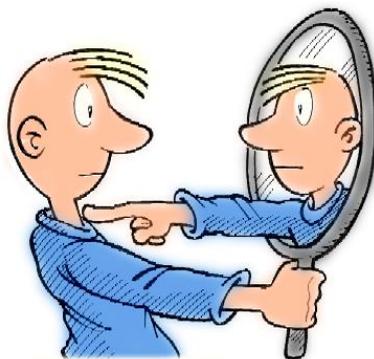
## TEMA 1.- Características del Buscador de empleo

Hoy en día, a los futuros trabajadores se les exige que sean competentes a la hora de solucionar problemas, independientemente de la formación académica que tengan. En la actualidad, y más aún a raíz de la pandemia, todo ha cambiado, el tipo de trabajo, la forma de conseguir empleo, las condiciones laborales, aumenta el uso de la tecnología, los avances tecnológicos, nuevas profesiones, nuevas formas de organizar el trabajo, todo ha cambiado, y seguirá cambiando.

Esto implica ahora, tener un currículum flexible y plurivalente (polifuncional), es decir, desarrollar habilidades y capacidades nuevas (adaptación a los cambios, resiliencia, responsabilidad, aprendizaje continuo, innovación, creatividad, negociación, trabajo en equipo y toma de decisiones). Para conseguir empleo el truco está en ser activo, sistemático, planificador, constante y tenaz. Sin embargo, toda búsqueda de empleo requiere tomar decisiones y para ello lo primero es que la persona que busca empleo se conozca a sí misma.

### Subtemas:

- Factores de ocupabilidad
- Plan estratégico personal
- Objetivos y plan de acción. ¿Qué deseo y cómo puedo lograrlo?
- Matriz FODA



## 1.1 Factores de ocupabilidad

Son aquellos factores que determinan la razón por la cual unas personas consiguen empleo primero que otros. Estos son:

**Factores psicosociales:** relacionados con la importancia que las personas le otorgan al empleo en sus vidas, consiguen trabajo más fácilmente aquellos quienes le otorgan un valor central en sus prioridades y, además, aquellos quienes identifican las causas de su desempleo, en la medida en que se reconozca que existe falta de organización personal, poca experiencia, poco conocimiento del mercado de trabajo, en esa misma medida, se buscarán soluciones para poder resolver y eliminar esas causas. Los factores psicosociales también incluyen la autovaloración personal y profesional (eso aumenta o disminuye la seguridad al momento de ser entrevistados) y las habilidades para la búsqueda de empleo (elaborar correctamente un currículum vitae, desempeñarse en una entrevista exitosamente).

**Factores personales:** como la edad, sexo y papel que se desempeña en la familia, formación académica y especialización posterior, experiencia, habilidades personales y sociales adquiridas y la información investigada por el interesado sobre el mercado de trabajo de su entorno.

***En resumen,*** es importante identificar ¿cuáles pueden ser sus aportaciones al mercado?, es importante que el solicitante de empleo se conozca a sí mismo para diseñar un plan de marketing y poder venderse a las empresas; hay que conocer qué profesionales demandan las empresas y si es mucho el interés en ejercer una profesión determinada, qué empresas demandan ese perfil, con esta información toca decidir el tipo de puesto por el que se va a optar y entonces elaborar un plan para acceder a él.

## 1.2 Plan Estratégico Personal

Un plan estratégico, es una herramienta que nos sirve para conocernos mejor a nosotros mismos, el autoconocimiento, saber dónde estamos, cómo somos, para identificar a dónde queremos llegar, nuestros objetivos y para identificar la distancia que existe, entre dónde estamos y dónde queremos llegar, lo cual, tendríamos que ejecutar a través de un plan de acción.

### **Autoconocimiento:**

Tiene como finalidad saber cuáles son tus puntos fuertes, así como los débiles, de cara a enfrentarse a la competencia que sin duda supone el batallón de personas que anhelan un empleo. Para saberlo, debemos responder a la pregunta: **¿Qué puedo aportar al mercado?**

En la actualidad, las características más comunes que buscan las empresas en sus empleados son: la capacidad de trabajar en equipo, la interdisciplinaridad, capacidad de comunicarse y relacionarse con los demás de forma efectiva, liderazgo (capacidad de motivar y dirigir grupos de personas), resolución de conflictos, habilidades de negociación, la cooperación y colaboración.

El autoconocimiento es como una fotografía de nuestro yo en el presente. Es un proceso reflexivo que ayuda a generar más consciencia sobre nosotros mismos, nuestros valores, nuestra visión, nuestras competencias, nuestras preferencias, nuestra forma de relacionarnos con los demás y la gestión emocional. Para conocernos a nosotros mismos podemos utilizar la herramienta llamada “la Ventana de Johari”, lleva este nombre en honor a sus creadores, los psicólogos **Joseph Luft** y **Harry Ingham** (he resaltado en negrita las letras que forman el nombre de su herramienta).

La Ventana de Johari es una herramienta de la psicología cognitiva, concretamente este modelo de análisis ilustra el proceso de la comunicación y analiza la dinámica de las relaciones personales. La teoría se articula mediante el concepto de espacio interpersonal, que está dividido en cuatro áreas (cuadrantes), definidas por la información que se transmite (ver la siguiente ilustración).



Imagen tomada de <https://www.ceolevel.com/la-ventana-johari-4-cuadrantes-potente-herramienta-auto-analisis>

### Los valores:

Son principios que orientan nuestro comportamiento para sentirnos más autorrealizados. Una forma de conocer nuestros valores es utilizando “referentes”, es decir, pensamos en referentes (personas modelo a seguir) que hemos tenido a lo largo de nuestra infancia, adolescencia o incluso ahora mismo (maestros, intelectuales, personajes de la tele...) e identificamos qué características en ellos les hacen especiales y posteriormente, las describimos y las priorizamos. Ese resultado, estará bastante acorde con nuestros valores.

### La visión:

Es el ideal al que tendemos. Para identificar la visión, nos podemos hacer preguntas como: ¿cómo me gustaría a mí estar dentro de cinco años? y registrarlo todo.

## Competencias profesionales

Se refieren al *conjunto de conocimientos requeridos para el ejercicio de la actividad profesional, así como los comportamientos necesarios para el pleno desempeño de la ocupación*. Es decir, no sólo saberlo, sino demostrarlo. Esto incluye conocimientos (adquiridos en la educación formal o por la experiencia), habilidades o destrezas (lo que sabemos hacer) y actitudes (valores, normas y sentimientos).

### Ejemplo: la competencia de "conducir un vehículo", implica:

- Conocimientos: por qué y cómo funciona un coche, reglas de tránsito vehicular.
- Habilidades o destrezas: coordinar los movimientos, cambiar de marchas, estacionar, etc.
- Actitudes: respeto a la integridad física de los peatones, de los otros conductores y la propia. Amabilidad con el pasajero

En el ámbito de la formación, una forma de identificar competencias, que tenemos que adquirir o que se supone que ya tenemos, es buscarlas en Internet, aquellas competencias que se refieren a nuestra área de estudios, pasado o presente, e ir valorando si cumplimos con los requisitos necesarios para satisfacer el cumplimiento de esa competencia.

Las competencias profesionales se refieren a las habilidades, aptitudes y actitudes que tienen las personas y que les permiten desarrollar un trabajo determinado.

### Existen tres tipos de competencia: Saber, Hacer y Ser.

**SABER**: se refieren a conocimientos técnicos y específicos que se adquieren previamente a desempeñar un puesto de trabajo

**HACER**: corresponder a aptitudes y habilidades que hacen que se desarrolle el trabajo de manera eficiente, tiene que ver con el cómo se desarrolla ese trabajo. Ejemplo: resolución de problemas, enfoque a resultados, trabajo en equipo, autogestión, aprendizaje continuo, asunción de riesgos y responsabilidades, gestión del fracaso y resolución de conflictos

**SER:** son actitudes o estados de ánimo que se expresan de cierta manera y al trasladarlo al campo laboral serían las capacidades propias que hacen que nos enfrentemos a los diferentes sucesos o casuísticas de manera positiva o negativa.

**Ejemplo:** flexibilidad, capacidad de superación, optimismo, iniciativa, motivación, empatía, entre otras.

### **Las preferencias:**

Se refieren a lo que nos gusta hacer, a nuestra elección ante un conjunto de múltiples alternativas y también, las preferencias son nuestras tendencias naturales a responder de una determinada manera con mayor facilidad. En ese sentido, el Test MBTI es una herramienta bastante interesante, que se puede encontrar en Internet y que nos ayuda a identificar cómo solemos responder ante determinadas situaciones para ver si tenemos que potenciar algo o si tenemos que cuidar algunos aspectos.

### **Puedes realizar un test en el siguiente enlace:**

<https://www.16personalities.com/es/test-de-personalidad>

### **Gestión emocional:**

Otra área importante del autoconocimiento es la gestión emocional, según el Modelo de Goleman, conocida también como Inteligencia Emocional, este modelo habla de competencias emocionales como el autocontrol, la motivación, la empatía o las habilidades sociales, también permite valorar cómo estamos en esos diferentes planos, a través del listado de conductas asociadas a cada competencia (Veamos la siguiente ilustración)

INTELIGENCIA INTRAPERSONAL	<b>AUTOCONCIENCIA</b> Conocer nuestro mundo emocional y cómo puede evolucionar.
	<b>AUTOREGULACIÓN</b> Ser capaz de controlar las emociones, ajustándolas o cambiándolas según se necesite.
	<b>AUTOMOTIVACIÓN</b> Poner las emociones al servicio de tus objetivos vitales, aprovechando su impulso a la acción.
INTELIGENCIA INTERPERSONAL	<b>EMPATÍA</b> Reconocer las emociones ajenas, siendo así conscientes de sus necesidades y deseos.
	<b>HABILIDADES SOCIALES</b> Saber relacionarte con los demás es saber hacerlo con sus emociones.

Modelo de inteligencia emocional, Daniel Goleman, 1995.

Tomado de <https://enconexioncontigo.com/que-es-la-inteligencia-emocional/>

### 1.3 Los objetivos y el plan de acción. ¿Qué deseo y cómo puedo lograrlo?

#### **Define tu objetivo profesional:**

En la medida en que se esté claro con lo que se desea, en esa misma medida aumentan las posibilidades de obtenerlo, por lo tanto, es imprescindible establecer un objetivo laboral claro para luego acompañarlo con los pasos para lograrlo. Éste debe ser observable, medible y controlable, en él se describe, la actividad a realizar, las condiciones en las que se quiere desarrollar, el tiempo a lograrlo, el lugar dónde lo hará y qué necesita para lograrlo.

Es necesario establecer **objetivos de finalidad o de resultado y objetivos de rendimiento**. Los objetivos de finalidad son aquellos que tienen que ver con nuestra meta final, que se articulan a largo plazo y que no dependen 100% de nosotros, por ejemplo, conseguir un trabajo en un sector concreto, en un área determinada.

Los objetivos de rendimiento son objetivos que sí que dependen de nosotros al 100% y que son más a corto o medio plazo, y su satisfacción nos ayudaría bastante a conseguir ese objetivo de finalidad. En el caso del empleo, por ejemplo, pues realizar un manejo más efectivo de LinkedIn, adquirir una mayor formación, entre otros.

#### 1.4 Matriz FODA

Una Matriz FODA nos identificar dificultades, facilidades, amenazas, oportunidades y entre esos aspectos internos negativos, internos positivos, externos negativos y externos positivos, podemos también, visualizar de forma mucho más concreta, los objetivos hacia los que nos tenemos que dirigir, sobre todo esos de rendimiento. Una vez establecidos los objetivos, sólo tocaría establecer una serie de actuaciones asociadas a cada objetivo.



Imagen tomada de “Guía de módulo 2 titulada diagnóstico organizacional del diplomado en plan de direccionamiento estratégico” del Politécnico Superior de Colombia, año 2017.

La finalidad de elaborar una matriz FODA personal es reconocer tus fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas para luego establecer estrategias que te permitan alcanzar de forma óptima tus metas profesionales. Para mayor información sugerimos visitar el siguiente blog, en donde se detalla de forma fácil cómo hacerlo: <https://blog.hubspot.es/marketing/foda-personal>

## TEMA 2.- Plan individual de Transformación – Habilidades blandas – Transfórmate para conseguir un empleo formal

### Introducción

En la actualidad, para las empresas, es de suma importancia que sus empleados hayan desarrollado las habilidades blandas, pues éstas, llamadas también “Soft Skills” en inglés, son todos los atributos o capacidades que le permiten a una persona desempeñarse de manera efectiva y productiva en un trabajo. Estas habilidades han demostrado aumentar la productividad en las empresas y apuntan a la parte emocional, interpersonal y a cómo se desenvuelven las personas dentro de una empresa. Las habilidades blandas a estudiar en este espacio son las siguientes:

### Subtemas:

- Resolución de problemas
- Enfoque a resultados
- Trabajo en equipo
- Autogestión
- Aprendizaje continuo
- Asunción de riesgos
- Responsabilidad
- Gestión del fracaso
- Resolución de conflictos
- Aspectos legales laborales



Imagen tomada de: [“https://dpersonas.com/2020/01/31/habilidades-blandas-que-son-y-por-que-son-importantes/”](https://dpersonas.com/2020/01/31/habilidades-blandas-que-son-y-por-que-son-importantes/)

## 2.1 Resolución de problemas

La resolución de problemas es una de las actitudes más valoradas por parte de las empresas pues se traduce en mayor productividad. Un problema es una circunstancia donde se genera un obstáculo a la hora de conseguir resultados u objetivos propuestos. Los problemas pueden ser diversos pero la clave está en encontrar la solución idónea. Dentro del proceso de solución de problemas podemos distinguir dos fases, una de ellas es la *percepción individual*, la cual tiene que ver más con la madurez y lo emocional; y la segunda es *la forma o estilo de resolver los problemas*, entre los cuales se encuentran: el *estilo racional* en donde se evalúa con plena conciencia los pasos a seguir para resolver eficientemente un problema; el *estilo impulsivo o descuidado* que nos lleva a resolver el problema de una manera incompleta; y por último, el *estilo evitador* que se caracteriza por la procrastinación, por ralentizar o postergar la solución del problema e incluso esperar a ver si otros resuelven.

**La forma de resolver un problema aplicando el estilo racional es mediante el uso del método IDEAL, a través de cinco pasos:**

**IDENTIFICAR** el problema;

**DEFINIR** el problema (diagnosticar y representar el problema a través de preguntas como quién, cómo, cuándo, por qué);

**EXPLORAR** vías o alternativas de acción, estrategias posibles a través de tormentas de ideas ([herramienta del Brainstorming](#)) con las diferentes soluciones que podemos dar;

**ACTUAR** basándose en una estrategia, es decir elegir e implantar la solución idónea; y el quinto paso;

**LOGRAR** que implica evaluar y observar los resultados asociados a esas decisiones que hemos tomado.



## 2.2 Enfoque a resultados

Llamado también orientación al logro es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia para concretar esos resultados con altos niveles de calidad y rendimiento y por encima de los estándares propios de excelencia. Para lograrlo es necesaria la motivación, el estar motivados, el no vacilar a la hora de afrentar objetivos que en ocasiones implican asumir riesgos para lograrlos, y por último, la adaptación al cambio, pues se requiere de flexibilidad porque pueden aparecer problemas a la hora de lograr los objetivos, es necesario conducir este proceso con una buena actitud y saber cuáles son los recursos con los cuales disponemos.

Los elementos que conforman el enfoque a resultados según Robbins (2004), en su libro de “Comportamiento organizacional” son tres: la intensidad o la fuerza que ponemos a la hora de lograr y llevar a cabo los objetivos y la cantidad de energía que nos va a requerir; la autodirección, es decir, la actitud o esfuerzo para seleccionar y ejecutar las actividades a desarrollar; y por último, la perseverancia, o persistencia y continuidad a lo largo del tiempo.

### **¿Cómo reconocer a través de tus conductas que eres una persona orientada a resultados?**

- 1ro. - Trabajas con objetivos claramente definidos.
- 2do.- Tus acciones están orientadas a lograr superar tus propios estándares de calidad.
- 3ro. - Eres constante en tu esfuerzo.
- 4to.- Diseñas y utilizas indicadores para medir
- 5to.- Creas ambientes propicios para estimular la mejora.
- 6to.- Eres capaz de trabajar en equipo.
- 7mo.- Te adaptas a los cambios y asumes los errores.
- 8vo.- Mejoras la relación entre los resultados obtenidos y los recursos invertidos en términos de calidad / coste y oportunidad.

## 2.3 Trabajo en equipo

Para que exista el trabajo en equipo todos los integrantes deben trabajar y estar comprometidas con un propósito en común, un conjunto de metas y unas expectativas, para lo cual se deben establecer normas de actuación dentro de ese equipo, es decir, trabajar en común para conseguir mejores resultados y mayor eficiencia en lo que realicen. El trabajo en equipo es importante para las empresas porque genera motivación, genera un aprendizaje acelerado gracias a la interacción, genera una mejora en la eficiencia y las habilidades personales.

**En cada uno de los equipos existen diferentes roles establecidos y definidos por Belbin, estos son:**

El coordinador: capaz de generar sinergia en el grupo, aclara y define metas, promueve la toma de decisiones.

El creativo: aporta su imaginación y creatividad, resuelve los problemas difíciles.

El investigador: quien evita que el equipo se quede estancado.

El impulsor: es el retador, el dinámico, puede trabajar bajo presión, tiene iniciativa y tiene el coraje necesario para superar obstáculos.

El evaluador: percibe las oposiciones, juzga y analiza las ideas presentadas.

El cohesionador: escucha a los demás y evita los enfrentamientos.

El implementador: es el organizador que transforma las decisiones en hechos o tareas definidas.

El finalizador: es el meticoloso, el que vela por el cumplimiento de todo.

El especialista: tiene un conocimiento concreto y es al que recurrimos porque sabemos que tiene ese conocimiento específico.

No obstante, todos los miembros del equipo deben reunir las siguientes actitudes: debe ser capaz de establecer relaciones satisfactorias con el resto de los integrantes del equipo; deben ser leales al equipo; tener espíritu de autocrítica y de crítica constructiva hacia los demás y hacia lo que se esté realizando; espíritu de responsabilidad; optimismo y superación a la hora de establecer metas; y por último, pensar en claves de equipo.

## 2.4 Autogestión

Implica capacitarnos para lograr la vida que queremos, en el aspecto laboral, es necesario el autoconocimiento, identificar los valores, la misión, visión, fortalezas y debilidades; también es necesario definir objetivos; desarrollar proactividad; aprender a tomar decisiones; mejorar la autoestima, la autoconfianza y el aprendizaje continuo. Entre las ventajas de la autogestión en el ámbito laboral se encuentran la autonomía, la responsabilidad, el compromiso y mayor creatividad, lo que conlleva a la innovación y a la mejora de procesos continua.

## 2.5 Aprendizaje continuo

Es el proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores resultado del estudio, la experiencia, la formación y la observación. Es la competencia relacionada con el crecimiento personal y el fortalecimiento de las capacidades personales. Es la capacidad que tenemos para gestionar de forma autónoma y conocer y utilizar diferentes recursos de conocimiento, que estén a nuestro alcance, mantener y participar en diferentes comunidades de aprendizaje, recordando que el entorno laboral es cambiante y es necesario mantenerse actualizado para poder adaptarse más fácilmente a los cambios.

### **Las cuatro Fases que nos llevan a tener un aprendizaje son:**

1. Incompetencia inconsciente (no sé que no sé): es esa fase previa para empezar a aprender. Ejemplo: una persona que va a aprender a conducir pero que aún no ha empezado.
2. Incompetencia consciente (sé que no sé): en esta fase la persona ya sabe lo que hay, pero no sabe cómo hacerlo.
3. Competencia consciente (sé que sé): hay una atención plena en lo que se está haciendo para hacerlo correctamente. Está enfocado en hacerlo bien.
4. Competencia inconsciente (no sé que sé): en esta fase ya se han automatizado las acciones que se deben realizar y por lo tanto la atención ya no es plena pues ya las cosas nos salen de manera automática

El profesional con la competencia de aprendizaje continuo debe ser capaz de fijarse metas y objetivos, ser proactivo, tener espíritu crítico y responder a una actualización continua de sus conocimientos, debe gestionar su propia capacitación, tener autonomía ampliando nuevas metodologías, prácticas y conocimientos; debe ampliar y emplear la red de contactos para mantenerse actualizado, crear redes de aprendizaje al mismo tiempo; conocer y utilizar las herramienta y los recursos digitales que están a su alcance; participar en actividades de formación reglada o informal.

Cada día se fortalece más el recurso de la autoformación en Internet, contribuir al aprendizaje cooperativo, aprender con los demás; transferir nuestra capacitación del entorno analógico a los nuevos entornos digitales; dar visibilidad a nuestra capacitación profesional utilizando las redes y establecer y mantener esa red de contactos. Somos nosotros mismos quienes definimos cuál es la formación idónea para nosotros.

## 2.6 Asunción de riesgos

Es una tarea que implica un desafío para la consecución de un objetivo deseable, pero sobre la cual existe una incertidumbre o un miedo de fracaso. Puede incluir además la exhibición de ciertas conductas cuyos resultados pueden representar un riesgo para el individuo o aquellos relacionados con él o con ella. Asumir riesgos es experimentar, evolucionar, salir de la zona de confort, supone descubrir, supone novedad, innovación, crecimiento, nuevas formas de ver la vida.

Para aumentar la probabilidad de éxito al asumir riesgos se deben establecer objetivos y plantearse preguntas positivas ¿Cómo lo voy a hacer?, ¿Qué voy a hacer para superar todos los obstáculos? Además de analizar iniciativas a la hora de tomar esos riesgos, también deben evaluarse las decisiones a tomar y los riesgos que esas decisiones conllevan, desde el punto de vista de rentabilidad, analizar bien esos factores y preparar las estrategias para poder llevarlo a cabo.

En conclusión, aprender de experiencias previas, establecer objetivos, ser conscientes de los riesgos, preparar las estrategias para minimizar el impacto y en el caso de fracasar, integrar ese fracaso como parte del aprendizaje, es decir, asumir riesgos de forma coherente y positiva, analizando ¿qué podemos perder?, ¿qué es lo peor que puede suceder?, pero siempre en términos de positividad.

## 2.7 Responsabilidad

Es el cumplimiento de las obligaciones, implica un claro conocimiento de las consecuencias de los resultados a abordar, qué es lo que realmente cae sobre nosotros a la hora de cumplir esas funciones; se puede ver a través de cuáles son las consecuencias de todo lo que hacemos y sobre aquello que dejamos de hacer en el entorno laboral. A cada puesto de trabajo viene asociado una descripción de funciones que nos indican la responsabilidad por desempeñar ese puesto de trabajo. Estas responsabilidades laborales se definen según un contrato o acuerdo laboral entre el patrono y el empleado. El asumir responsabilidades nos permite ir progresando y escalando dentro de la empresa.

## 2.8 Gestión del fracaso

Conseguir las metas propuestas siempre produce satisfacción, se genera un efecto ganador (aumenta la dopamina) y generalmente el éxito genera más éxitos; pero cuando fracasamos, el resultado es adverso, sin embargo, debemos aprender a ver el fracaso como algo positivo que nos permite un mayor aprendizaje.

### **Las claves para perder el miedo al fracaso y fundamentarlo como algo positivo:**

1ro.- Entender que el fracaso es algo normal y positivo pues significa un aprendizaje y en algún momento puede ocurrir en nuestras vidas; el fracaso debe servirnos como Feedback (retroalimentación) pues es parte de un aprendizaje. No es una excepción, es una norma, todos fracasamos en algún momento de nuestras vidas.

2do.- Darnos permiso a fracasar, no culparnos y torturarnos por haber fracasado, somos merecedores de la misma dignidad tengamos éxito o hayamos fracasado, lo fundamental es analizar el después para mejorar y evitar paralizarnos ante el fracaso, hacer un esfuerzo para salir de esa situación, este esfuerzo equivale a crecimiento y autoconfianza.

## 2.9 Resolución de conflictos

Mientras interactuemos con otras personas siempre existirán conflictos pues no todos pensamos igual, cada uno tiene valores, creencias y actitudes que pueden ser diferentes a las nuestras, partiendo de ello, la resolución de conflictos es el conjunto de conocimientos y habilidades que nos permiten comprender e intervenir en que esa resolución se lleve de la forma más pacífica posible y no violenta para poder trabajar de forma satisfactoria.

### **Existen cinco estrategias para la resolución de conflictos:**

**Estrategia de cesión.** Es cuando una persona, ante el conflicto, cede o da absolutamente todo de ella para la otra persona y por lo tanto una de las partes, quiere complacer al otro y pierde todo su valor, en esa gestión de ese conflicto.

**Estrategia de la competencia.** Supone que ambas partes, en ese conflicto, entran en competencia por obtener la mayor ventaja posible. Al final, lo que se produce es la coerción, la presión y se obliga a realizar concesiones, pero no de una forma positiva.

**Estrategia de colaboración.** Ambos oponentes trabajan conjuntamente para conseguir un acuerdo, para que esa resolución de ese conflicto sea lo más beneficiosa para ambas partes.

**Estrategia del compromiso.** Ambas partes, hacen el menor esfuerzo por llegar a un posible acuerdo y, por lo tanto, ¿qué es lo que sucede? Que no hay una estrategia de conseguir el mejor resultado y solamente se benefician en una parte muy pequeña a la hora de resolver ese conflicto.

**Estrategia de evasión,** que es una postura que da fin a la negociación, porque ambas partes no quieren resolver ese conflicto.

Para una empresa, alguien que sepa resolver conflictos, es alguien que va a estar contribuyendo a un mejor clima laboral y a que todas las actividades y los proyectos se hagan de forma colaborativa entre todas las personas que participan, por lo tanto, es un valor y una competencia profesional muy valorable, a la hora de ejecutar y hacer y desarrollar esos trabajos en las empresas.

## 2.10 Aspectos legales laborales

### **Derechos del trabajador**

Los derechos del trabajador en Ecuador son los siguientes: afiliación a la seguridad social desde el primer día de trabajo; percibir un mínimo en el sueldo básico (400 dólares en la actualidad); percibir horas extras y suplementarias, esto en el caso de que se realicen jornadas laborales en estas horas; obtener de manera exacta los décimo tercero y cuarto en las fechas correspondientes y establecidas; percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año en el que se esté trabajando; obtener cuando sea necesario un periodo de licencia por paternidad o maternidad; recibir su respectivo pago mediante las utilidades.

### **Deberes del empleador**

Se debe celebrar un contrato de trabajo y el mismo tiene que ser inscrito en el Ministerio del trabajo; afiliar al trabajador a la seguridad social a partir del primer día de trabajo inclusive si es una prueba por la que está pasando el mismo empleado; tratar a los respectivos trabajadores con una consideración y sus debidas pautas de respeto.

No se le debe imprimir ningún tipo de maltrato de palabra o de obra por ningún motivo. El sueldo básico que se debe pagar a estos empleados debe ser de un mínimo de 400.00 USD. Se debe asumir un porcentaje correspondiente al empleado por su misma seguridad social. Este porcentaje corresponde a un 11.15%. Se deben pagar a tiempo y con la manera correspondiente las horas extras y suplementarias. Se deben pagar los décimo tercero y cuarto. A partir del segundo año correspondiente del empleado en el trabajo se deben empezar a pagar los Fondos de Reserva. Las utilidades deben ser pagadas a tiempo y correctamente si la empresa tiene sus respectivos beneficios.

En este aspecto, es importante resaltar que el no conocimiento de la ley, no exime de su cumplimiento, y vale citar a José Martí con su frase “Los derechos se toman, no se piden; se arrancan, no se mendigan”, por lo tanto sugerimos, hacer cumplir sus derechos y no aceptar ilegalidades, es obligatorio firmar contrato, está prohibido firmar cartas de renuncia junto con la firma del contrato, es indigno aceptar un salario por debajo del mínimo establecido, desde el primer día de trabajo el empleado tiene derecho a ser inscrito en el seguro social, independientemente de que esté o no en periodo de prueba, entre otros. No seamos cómplices de estos hechos, aceptando estas anomalías. Si un patrono le ofrece alguna irregularidad, no acepte, denúncielo. Si todos actuáramos de esta manera, la ley se cumpliría en mayor proporción.

#### **Beneficios del trabajador que se encuentre afiliado al IESS:**

Seguro de salud con su respectiva atención médica en los hospitales del IESS. Puede extender los servicios de salud para cónyuge e hijos. Posesión de un seguro de desempleo. Un subsidio por enfermedad y maternidad. Acceso a préstamos quirografarios e hipotecarios. Tener un seguro de riesgo de trabajo ante cualquier situación que se presenta en la jornada laboral. Derecho a jubilación por vejez / jubilación por invalidez o jubilación por incapacidad. Pensión de montepío. Auxilio de funerales.

#### **Deberes del trabajador:**

Las siguientes pautas corresponden a las obligaciones correspondientes a cada uno de los empleados en las empresas o asociaciones. Cada una de estas pautas son igual de obligatorias que los derechos del trabajador en Ecuador.

1. Ejecutar el trabajo en los términos del contrato de una manera correcta.
2. Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado todos los instrumentos que se nos otorgue en el empleo respectivo.
3. Poseer una habilidad de cuidado al respecto de los útiles de trabajo y no siendo responsable por el deterioro que originó el uso original de estos objetos nivel ocasionado por caso fortuito o alguna fuerza mayor. Tampoco tendrá nada que ver algún proveniente de mala calidad o construida de manera defectuosa.
4. Poseer una buena conducta durante la jornada laboral.
5. Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido de forma completamente legal.

6. Dar aviso al empleador cuando por alguna causa justa se deba faltar a el mismo trabajo siendo completamente sinceros.
7. Comunicar al empleador o a su representante cualquier tipo de peligro por daños materiales que puedan amenazar la salud o vida de los empleadores o trabajadores y sus respectivos intereses.
8. Guardar escrupulosamente los secretos técnicos comerciales y de fabricación en tal caso de que exista la fabricación de algún producto cuya elaboración concorra directa o indirectamente a los que posean el conocimiento por razón del trabajo que se ejecuta.
9. Adaptarse a las medidas preventivas e higiénicas que se impongan en la ley o por las mismas autoridades.

## TEMA 3.- ¿CÓMO REDACTAR TU CURRÍCULUM VITAE? ¿CÓMO ENFRENTAR UNA ENTREVISTA?

### Introducción

Imprimir un currículum, ponerlo en una carpeta y entregarlo personalmente en una empresa es una práctica que poco a poco está quedando atrás. Ahora la modalidad de buscar trabajo está migrando a redes sociales y plataformas digitales como: LinkedIn, Facebook, Multitabajos y Portal Talento. En este capítulo estudiarás cómo mejorar tu hoja de vida y cómo presentarte ante una entrevista para lograr ese trabajo deseado.

El **currículum** es el documento que resume tu historial formativo y de experiencia laboral. Debe ser claro, conciso, breve y debe responder a las preguntas: ¿Quién es el aspirante?, ¿Qué puesto busca?, ¿Puede estar capacitado para el puesto?

**Importante:** tu currículum debes cambiarlo conforme cambia tu itinerario profesional, y además debes adaptarlo en función del puesto para el que optas.

### Subtemas:

- Estructura del currículum
- Datos profesionales
- Idiomas
- Informática
- Otros datos de interés
- Consejos prácticos
- Prepárate para las entrevistas



Imagen tomada de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/06/nota/7458594/como-crear-curriculum-atractivo-ecuador/>

### 3.1 Estructura del currículum

#### Los apartados que debe incluir un currículum son:

- Datos personales: se recomienda que aparezcan en primer lugar. Los datos a incluir obligatoriamente son: nombres y apellidos, evitando las abreviaturas; dirección completa; teléfono de contacto; correo electrónico. El resto de los datos personales son opcionales, puedes incluirlos si lo consideras relevante para una oferta de empleo en concreto o si te lo piden explícitamente.
- Fotografía: no hay unanimidad en la conveniencia o no de incluir una foto. Lo que sí está claro es que en el caso de que decidas ponerla, debe ser una foto actual, natural, y de buena calidad.
- Formación: debes incluir los títulos obtenidos, no hace falta escribir la escuela primaria o el colegio si ya posees un título universitario. Se sugiere, de ser posible incluir el número de registro Senescyt. Si en la actualidad está estudiando, debe incluirlo también.

Ejemplo: 1995-2000. Licenciada en Enfermería por la Universidad Central del Ecuador. Registro Senescyt 34567812

Adicional también debes incluir los cursos, talleres, seminarios realizados especificando el número de horas y la fecha de realización, en orden cronológico invertido. Debes colocar sólo los que hayan sido realizados máximo hasta hace cinco años.

Ejemplo: Abril de 2017. Curso de Primeros Auxilios. Cruz Roja de Ecuador. 350 horas.

- Datos profesionales: Hay que reflejar todas las experiencias laborales, incluso las no remuneradas, pues el hecho de que hayan sido pagado no significa que no se hayan adquirido competencias nuevas. Todo cuenta: becas, pasantías, periodos de ayuda en un negocio familiar, etc. Es muy importante resaltar lo que interesa o se relaciona con el puesto a optar. Una forma de hacerlo es poner primero las experiencias relacionadas con el puesto deseado. O bien especificando las funciones y responsabilidades desempeñadas en dichas experiencias. Un ejemplo de una persona que ha trabajado en dos áreas distintas, pero está interesada en un puesto Administrativo sería:

### Ejemplos:

Marzo de 1999- Enero 2000. Camarero. Bar La Estación. Quito

Enero 2000- Junio 2000. Cocinero. Hotel Las Dueñas. Quito

Julio 2000-Mayo 2003. Auxiliar administrativo, desarrollando tareas de apoyo al departamento de contabilidad, confección de informes comerciales y gestión de operaciones con bancos. Mármoles Rodríguez, S.A. Guayaquil.

- **Idiomas:** Dependiendo de la relevancia para el puesto, el nivel oral y escrito que poseemos de uno o más idiomas extranjeros podemos reflejarlo en un apartado distinto del de formación, y así resaltamos nuestros conocimientos. Hay que ser muy sinceros, si el idioma es importante para el puesto nos van a hacer una prueba en la entrevista. Si tus conocimientos del idioma provienen de cursos, estudios o estancias en el extranjero, debes especificarlo.
- **Informática:** Aunque en principio no sean exigidos para el puesto, debes incluirlos pues en la actualidad es muy importante. Especifica cualquier lenguaje, entorno y programa que conozcas, así como el nivel de dominio. Si has realizado cursos al respecto, no dudes en incluirlos.
- **Otros datos de interés:** Este apartado es **opcional**, pero recomendable siempre y cuando incluya algún dato interesante para el puesto, que te pueda distinguir de otros candidatos, y que no haya sido especificado anteriormente. Aquí podrías incluir:

Referencias personales y laborales.

Disponibilidad para viajar, de incorporación inmediata, etc.

Distinciones o reconocimientos obtenidos.

Alguna característica de personalidad o aficiones que consideremos importante para el puesto. Debes evitar estereotipos, ya que luego puedes resultar poco creíble en la entrevista. Si no sabes que escribir, no escribas nada.

### 3.2 Consejos prácticos

1. Haz tu hoja de vida, destaca tus fortalezas, incluye los datos realmente relevantes, destaca la información más importante, recuerda siempre tus datos de contacto como email y teléfono, cuida tu ortografía y gramática.

2. Enfócate en un objetivo, de acuerdo con el trabajo que vayas a buscar, deberás incluir en tu hoja de vida, lo relacionado con tu experiencia y capacitaciones al respecto. Por ejemplo, si eres docente y estás buscando un trabajo de vendedora, incluye tu experiencia y estudios en el área comercial, no en el área educativa.

3. Haz networking, amplía tu círculo de amigos y comparte, intercambia conocimientos, colabora con otros. Habla de lo que sabes hacer, a veces quien menos lo esperas puede darte la oportunidad de tu vida.

4. Si eres profesional, crea un perfil en LinkedIn, asegúrate de colocar una imagen de perfil donde demuestres profesionalismo, resaltar tus habilidades, señalar tu nivel de formación y experiencia previa.

5. Usa sitios de búsqueda de empleo: en este país las más usadas son Red Socio Empleo, Computrabajo, Multitrabajo, Buscojobs y Jobomas. Sin embargo, en el país se ha migrado a las redes sociales para ofrecer empleos como LinkedIn y Marketplace de Facebook, puedes visitar el siguiente link para profundizar más al respecto:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/09/18/nota/7523062/como-buscar-empleo-redes-sociales-plataformas-digitales-ecuador>

6. Busca siempre más conocimientos, recuerda la frase “Si el conocimiento es poder, aprender es tu superpoder” de Jim Kwik. Recuerda que cuanto más sepas, podrás tomar mejores decisiones y esto te servirá para toda la vida. Existen muchas páginas donde puedes formarte de manera gratuita. Ejemplos:

<https://cursosgratisonline.co/>

<http://cursos-gratis-ecuador.site/>

<https://capacitateparaeempleo.org/>

7. Construye tu marca personal, promóciate, publica contenido relevante en tus redes sociales sobre el área de conocimiento que dominas, te sugiero este contenido que te enseñará como <https://blog.hotmart.com/es/marcapersonal/>

### 3.3 Prepárate bien para las entrevistas

Investiga un poco acerca de la empresa antes de ir a tu entrevista; valórate y aprende a promocionarte, destaca tus puntos fuertes, conocimientos y habilidades; sé puntual, positivo, amable, sonríe y demuestra entusiasmo por ser parte de la empresa; vístete de forma adecuada; cuida tu lenguaje verbal, escucha, mantén la atención, evita hacer movimientos bruscos o nerviosos; confía en ti mismo y demuestra seguridad. Sé breve y conciso, contesta sí o no a las preguntas que te realicen y justifica tus respuestas, pero sin alargarte mucho. Utiliza un lenguaje correcto y directo, evita expresiones ambiguas y poco precisas.

No consideres a los otros candidatos como tus enemigos. Defiende tus criterios con firmeza y lucha por ellos. Actualmente, a raíz de la pandemia, la mayoría de las entrevistas de trabajo se realizan de manera online, por lo tanto, la recomendación es que mientras hables trates de mirar fijamente a la cámara y que manejes bien la herramienta de videollamada a utilizar. Lo importante es que demuestres seguridad, que sepas cuáles son tus competencias, tus habilidades, cuál es tu trayectoria profesional, demuestra que eres el candidato idóneo.

## TEMA 4.- PRODUCTIVIDAD Y MARCA PERSONAL

### Introducción

Marca personal, reputación online, elevator pitch, Modelo Canvas Personal, Networking Online y Offline son herramientas que en este mundo competitivo te ayudaran a sobresalir entre la gran cantidad de aspirantes. Bien empleadas, estas herramientas te permitirán destacar las mejores características tanto en tu perfil como en entrevistas laborales.

### Subtemas:

- Marca Personal y reputación online. Comunicación y redes sociales
- Argumentario de venta
- Elevator pitch
- Modelo Canvas Personal
- Networking Online y Offline
- Prepárate para las entrevistas



Imagen tomada de: <https://rosanarosas.com/como-crear-mi-marca-personal/>

## 4.1 Marca personal y reputación online. Comunicación y redes sociales

El concepto de marca personal es un concepto que surge en la literatura empresarial estadounidense, a finales de los años 90 y que llega a España, un poco más tarde. Consiste en considerarse a uno mismo como una marca, con el ánimo de diferenciarse de los demás, para conseguir mayor éxito en nuestras relaciones laborales y nuestras relaciones personales. Para gestionar la marca personal, primero, tenemos que concretarla y después, tenemos que ver cómo la transmitimos. Al final todos somos ciudadanos, consumidores y vemos en los bienes, productos, servicios y personas que nos rodean, un conjunto de características que valoramos como deseables para nosotros. Esa misma línea tenemos que seguir nosotros a la hora de articular nuestra marca personal.

Si nos centramos en la concreción de la marca, tenemos que fijarnos en características que nos diferencian, por ejemplo, aquellas en las que somos muy buenos, en el campo del mercado laboral, puede ser, si dominamos nuevos campos de actividad, conjuntos de características combinadas que generan valor, la polivalencia (polifuncionalidad)... Características un poco más comunes, pero en las que somos muy buenos, la especialización, o sin más, características deseables para las personas que nos rodean.

Aunado a esto, tenemos que pasar de la meritocracia, del decir, yo soy, yo soy, al ¿qué te puedo aportar yo a ti?, ¿qué valor apporto yo a mi interlocutor. A la hora de transmitir (segunda fase) nuestra marca personal, tenemos que dejar bien claro quién es nuestro público objetivo, porque así podremos adaptar el mensaje y transmitirlo de una forma clara y convincente. No es lo mismo que sean personas de una u otra edad, de uno u otro a nivel formativo, de uno u otro sector de actividad, siempre hay que adaptar ese mensaje a nuestro interlocutor, pero no es necesario solo ser buenos, es necesario también, parecer o convencer de que somos buenos. Debemos controlar las dos variables, ser bueno y parecerlo.

## 4.2 Argumentario de venta sociales

Es una herramienta que nos sirve para concretar ese mensaje que después queremos transmitir a nuestro público objetivo. De forma previa a la redacción del argumentario de venta, tenemos que reflexionar sobre los siguientes aspectos. En primer lugar, acudir al registro de autoconocimiento y escoger todas las características que nos definen y, en segundo lugar, tenemos que identificar nuestro objetivo de resultado, para así, poder establecer qué personas y qué organizaciones son las que nos interesan y a las que nos tenemos que dirigir y pensar también qué valor les podemos aportar nosotros a ellos, con esas características que hemos seleccionado.

A la hora de hacer ya el registro, nos podemos guiar por cuatro fases: Primero, todas las características que nos definen. Segundo, escogemos solo las diferenciales, decíamos, aquellas combinadas, aquellas en las que somos muy buenos, lo que queramos. Después, transformamos esas características diferenciales en beneficios para mi interlocutor. No es, "yo sé hacer esto", sino, "como yo sé hacer esto, te aportó este valor a ti". Y finalmente, el cuarto paso, sería demostrar que efectivamente es así.

Lo expuesto, parece un poco difícil demostrarlo, si no nos vemos cara a cara con nuestros interlocutores, pero, a través de Internet y herramientas como LinkedIn o como los blogs o sitios web personales, podemos, por ejemplo, recopilar recomendaciones de personas que nos conocen, profesionales que han trabajado con nosotros, o, con un blog, a través del marketing de contenidos, demostrar que somos buenos, aportar artículos, posts, recomendaciones... que sean de valor para el otro y que también permitan contrastar que, efectivamente, soy bueno en lo que hago.

Es importante destacar que cuando hablamos de marca personal, regularmente pensamos en el entorno online, en las redes sociales, en los blogs, pero no es sólo eso, también existe otro entorno, el entorno offline, que también tenemos que cuidar.

El entorno offline, es aquel mensaje o todas aquellas informaciones, que transmitimos a través de nuestras relaciones interpersonales con los demás, en entrevistas de trabajo o a través de instrumentos, como un currículum vitae, por ejemplo, esto también es importante tenerlo en cuenta. Es muy probable que, si buscamos trabajo o si vendemos bienes, servicios, probablemente, nuestro público objetivo, va a buscar información de nosotros a través de buscadores como Google.

También es verdad, que construir una marca nos hace a veces incurrir en altos costes de publicidad, de marketing, pero de la misma manera, a través de Internet, tenemos herramientas muy buenas, gratuitas o de bajo coste, para hacerlo de una forma mucho más sencilla. Corremos el riesgo, eso sí, que es verdad, de que nuestra reputación pueda ser afectada negativamente, si las informaciones que colgamos en Internet o las opiniones que se vierten sobre nosotros, son negativas. No obstante, importante es entonces, influir sobre los contenidos que publicamos o que publican y por ello, vamos a ver una buena práctica que es la de Marian Lozano, veamos el ejemplo en su web: <http://marianlozano.es/>

**Marian Lozano**, es una profesional que utiliza esta herramienta para buscar un empleo en el ámbito de la comunicación, el marketing, la publicidad... Mira su página y verás que el orden es adecuado, claro, el diseño también es adecuado para buscar trabajo en un ámbito como es el de la comunicación. Si buscara trabajo en otro ámbito diferente, quizá esta información o esta forma de plantearlo no sería tan relevante. Ella expone su objetivo de forma clara, la información la transmite de una forma concisa y relevante, visibiliza sus competencias transversales, sabe vender realidades a las que normalmente no le damos importancia, demuestra sus competencias con ejemplos y recomendaciones de otras personas y tiene un toque de sentido del humor y un toque emocional.

Marian Lozano plantea que hay mucho desempleo juvenil y, entonces, utiliza este medio para encontrar trabajo tratando de diferenciarse y le da el toque de humor, diciendo que, en esta ocasión, es ella la que busca un responsable de recursos humanos que sepa estar a la altura para valorarla como se merece.

En su blog, Marian Lozano introduce imágenes también adecuadas, no estamos acostumbrados a publicar imágenes demasiado adecuadas de nosotros mismos: tenemos que buscar buenas imágenes. Tiene links a su currículum, a su LinkedIn, a su propia campaña para poner ejemplos y, explica cómo esto es un cambio de reglas de juego, da ese toque de humor de que es ella quien busca un profesional de los recursos humanos.

En la parte de "¿Por qué yo?", que es una pregunta que normalmente hacen los responsables de recursos humanos, explica, sin recurrir a las carreras que ha estudiado, el por qué ella es la mejor persona para ocupar un puesto de esas características. Habla de competencias transversales, habla de sus preferencias, habla de todo lo que sabe hacer y el valor que puede aportar a una empresa, que es lo que interesa. En su biografía, cuenta cosas personales de sí misma (no se trata de contar cosas que quizá tengan que permanecer en su ámbito privado, pero sí dar un toque emocional). Y finalmente, expone también una serie de trabajos que ha realizado y que muestran a su interlocutor si está preparada realmente para satisfacer las necesidades de un puesto similar.

#### 4.3 Las claves para un buen elevator pitch - ¿Cómo vender tu talento?:

***¿Qué es el elevator pitch?*** es un concepto americano, que nace de cómo vender un proyecto en muy poco tiempo, en un minuto, en lo que duraba el tiempo en el que, un director general, accedía al ascensor de su empresa, para subir a su oficina y era el momento, el que tenía alguien, una persona, un emprendedor que tenía una idea y un proyecto, para poder venderle esa idea y ese proyecto, a ese director general. Esta herramienta, el elevator pitch, se ha trasladado del mundo de la empresa, al mundo personal, para aprender a vendernos, en muy poco tiempo.

**¿Cuál es la clave de tener un buen elevator pitch?** Es descartar el "busco trabajo de lo que sea". No, hay que elaborar un discurso, en el cual, en muy poco tiempo sepas y tengas claro como contribuyes y cómo puedes aportar valor, a los trabajos, a las empresas a las que vas a dirigirte. ¿Por qué? Porque en una cena, en una comida, en un networking, en cualquier momento, se puede dar la ocasión de que puedas contar que es lo que haces. Entonces debes tener preparado, de manera breve, ese minutito que estamos hablando a través de ese elevator pitch, ese discurso en el sepas vender tu talento.

**¿Cómo hacer un buen elevator pitch?** Respondiendo a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es tu producto?, ¿cuál es tu contribución?, ¿qué es lo que tú haces, que pueda ser interesante para las empresas? Hay que desarrollar, hay que pensar en cuál sería esa contribución. Por ejemplo, un coach profesional puede decir, yo ayudo a las personas, a los profesionales a abordar, a mejorar, a poder superar todas las barreras que se le presentan en su camino profesional, a conseguir sus objetivos. Esa sería su contribución, eso es lo que hace y lo que ofrece. Piensa y responde tú, ¿qué es eso que haces, que es eso en lo que contribuyes y da valor?
2. ¿Cuál es el problema que tiene la sociedad actual para poder resolver?, ¿Y qué se necesita? Una solución que tú puedas resolver. ¿Cuál es ese problema que se presenta en la sociedad? Siguiendo el mismo ejemplo, el coach ayuda a las personas a conseguir sus objetivos profesionales. El problema es que las empresas actualmente se han dado cuenta que necesitan profesionales que tengan unas habilidades personales, que les permitan afrontar esos cambios, esos retos, esos objetivos, en su día a día y el coach ayuda a conseguir que esas personas consigan esos cambios, esas mejoras en esas habilidades. Entonces responde ¿cuál es el problema que tú solucionas con tu contribución, ¿que tú tienes como valor a la hora de aportar a las empresas?

3. ¿En qué te diferencias de tu competencia?, ¿qué es lo que te hace único? Continuando con el mismo ejemplo, “soy un profesional, que lleva más de 15 años trabajando en el mundo los recursos humanos, que soy coach y he desarrollado más de 100 procesos de coaching en profesionales dentro de las empresas y que me dedico también la formación de habilidades, para mejorar esas habilidades profesionales”.
  
4. ¿Qué es lo que ofreces o qué es lo que buscas fundamentalmente? Ejemplo: Si yo me estoy ofreciendo como una profesional en el mundo empresarial, yo lo que estaría buscando serían contactos en las áreas de recursos humanos, donde yo poder ofrecer esos servicios y ese conocimiento y mi experiencia. Tú debes enfocarte en ¿dónde estás buscando trabajo?, ¿en qué tipo de empresas?, ¿cuáles son esos puestos en los que has trabajado a lo largo de tu vida?, ¿dónde prefieres enfocarte? y ¿dónde la persona que te está escuchando diría, aquí es donde yo puedo recomendar a esta persona, en este puesto de trabajo?

Redacta las respuestas a estas cuatro preguntas y practica tu discurso de un minuto, ese discurso te dará valor y contribución al momento de transmitir quién eres. Al decirlo, muestra naturalidad y confianza en ti mismo. Eso es vital a la hora de vender tu talento y vender a ti mismo y tu valor y tu contribución.

## 4.4 Modelo Canvas personal

### ¿Cómo vender tu talento?

El Business Canvas Model, nace como una herramienta estupenda para pensar y crear modelos de negocio, fue generada por Alexander Osterwalder y en ella se presentan una serie de factores a analizar (los clientes, el valor añadido de tu producto, los canales, las relaciones con el cliente, ingresos a implementar, recursos clave, actividades clave). Pero, en este caso, en este caso el modelo Canvas personal, lo que pretende es trasladar este análisis, este tipo de análisis al mundo profesional, a cómo tú lo vas a llevar y lo vas a trasladar a tu profesión, a tu carrera profesional para poder enfocarla y para poder analizarla y tener claro en la construcción de ese plan individual de transformación, dónde quieres ir y qué es lo que tienes que transmitir y cómo lo tienes que transmitir.



Tomado de curso dictado por Ana Purificación Rodríguez Profesora EOI experta en Personas y talentos mediante el programa Google Actívate (2020)

**En esta estructura adaptada a lo personal, debes responder las siguientes preguntas:**

1. **Recursos clave:** ¿Quién eres?, ¿cuál es tu identidad?, ¿qué te hace único y especial?
2. **Actividades clave:** ¿Qué haces y qué ofreces?, ¿cuáles de tus características o capacidades valoran más las personas que te rodean en la empresa o aquel posible colaborador, equipo con el que estés trabajando o hayas trabajado?, ¿qué productos o servicios ofreces?
3. **Asociaciones clave (credibilidad):** ¿Qué razones tienen los demás para creer en ti?, ¿qué te hace creíble hacia los demás?, ¿qué es lo que infundes y como tú infundes credibilidad hacia los demás, en lo que tú haces, en lo que tú eres?
4. **Propuesta de valor:** ¿Cuáles son esos beneficios clave que tú aportas?, ¿qué o cuáles beneficios va a obtener la empresa a la hora de relacionarse contigo o cuando te incorpore en su personal?
5. **Relaciones con el cliente:** ¿Por qué deberían elegirte a ti?, ¿cuál es tu posicionamiento?, ¿cuál es el elemento distintivo que te hace diferente y atractivo respecto a los demás candidatos o respecto a los demás trabajadores?, ¿cuál es la posición que tienes en tu cabeza que ocupas dentro del resto de los de los posibles candidatos?
6. **Clientes:** ¿Quién tiene que conocerte?, ¿quién te tiene que ver?, ¿quién tiene que saber de ti?, ¿dónde tienes que estar?, ¿para quién estás creando valor?, ¿quiénes son las personas en las que puedes influir? y ¿cuáles son y qué te ayuda a ti a desarrollarte profesionalmente?
7. **Canales:** ¿Cómo los demás te conocen?, ¿cómo se acercan a ti?, ¿cómo pueden verte?, ¿cómo eres percibido por parte de los demás?, ¿cómo estás creando las relaciones con tu entorno laboral o actual?, ¿cómo vas a crearlo?, ¿cómo te estás tú dando a conocer?

8. **Costes:** ¿Qué necesitas para darte a conocer?, ¿con quién tienes que aliarte?, ¿con quién tienes que ir a la hora de ver dónde te puedes posicionar?, ¿dónde puedes estar profesionalmente?, ¿dónde puedes ejercer tus mejores habilidades, lo mejor de ti a la hora de estar y poder posicionarte?
  
9. **Ingresos:** ¿Qué obtienes?, ¿cómo contribuye todo esto a tu carrera profesional?, ¿cuál es tu misión?, ¿cuáles son tus objetivos?, ¿qué es lo que vas a obtener a la hora de desempeñar esa profesión?, ¿cuál va a ser ese plan de transformación individual que necesitas para poder poner en marcha tu valor y tu talento?

## 4.5 Networking Online y Offline

### ¿Cómo se generan relaciones para establecer Networking Online y Offline?

El networking es el arte de crear relaciones, profesionales y personales, donde tú te das a conocer en función de quién eres y qué haces y también conoces a otros. Esto da muchísimos beneficios, porque permite visibilidad generando mayores contactos que ayuden en tu carrera profesional.

¿Has analizado alguna vez cómo son tus contactos?, ¿muchos, pocos, sinceros, superficiales? Pues es fundamental, te invito a tomar una hoja y escribir todos tus contactos y desde ahí pensar, cómo te relacionas con ellos, si eres como dice el autor Adam Grant, un dador (giver) o un tomador (taker).

Un giver, da a los demás, lo que crea que necesitan, está enfocado en el otro y establece lo que Tino Betancourt dice, que es muy importante todo lo que es la capacidad de escucha, de confianza, de relación... Y si eres un taker, al revés, utilizas al otro para un fin propio y entonces esas relaciones sólo te van a durar una vez. Así que analiza qué tipo de relación tienes. La clave fundamental para generar buenas relaciones con los demás, es la confianza, eso se logra a través de la credibilidad, ser coherentes, estar disponibles y accesibles, generar cierta intimidad para lograr relaciones más profundas.

**Networking online.** Gracias a este networking podemos abarcar muchas más personas, podemos establecer grupos expertos en algo, en áreas, porque las nuevas tecnologías nos hacen filtrar los contactos y además vais a tener un desarrollo de marca personal, en lo que se llama la huella digital. Así, que la estrategia va a ir dirigida ahí. ¿Qué impacto quiero generar y qué cosas quiero que se vean en mis redes? Y para eso, voy a tener que analizar cuáles van a ser las palabras clave, cómo quiero que se me vea. Entonces, veré qué puedo dar en redes que sea interesante para el otro. Lo más importante es que si yo soy experto en un área, que pueda contar mi experiencia y dar mi opinión a través de artículos, a través de blog, a través de informes, todo lo que es compartir información, es regalar algo a otro y eso te va a posicionar y te va a asociar, "experto en".

**Networking offline.** Requiere más tiempo porque va a ser presencial y eso va a hacer que tengas que hacer una reflexión previa de tu comunicación verbal y no verbal, ¿cuál va a ser tu imagen?, ¿qué quieres proyectar?, ¿cómo vas a ir vestido?, ¿qué tarjetas te van a acompañar?, todo eso engloba esa identidad. Establece un calendario y anotar todos los eventos, conferencias, seminarios que sean relevantes para ti según tu profesión u oficio. ¿Dónde tienes que estar presente para darte visibilidad o para conectar a alguien? y antes del evento estudia ¿quiénes van a ir?, ¿cómo puedes acceder a esas personas?, ¿cuál será el contenido y la finalidad? No olvides llevar tus tarjetas de presentación y ensayar tu elevator pitch, para poderte dar a conocer. Una vez que estés allí, acuérdate de todos los nombres, eso genera mucha cercanía con el otro.

**¿Y qué se hace después de un evento?** Después de un evento, se agradece a la persona que te invitó y se agradece a los contactos, estableciendo posibilidades de próximas reuniones para conocerlos más. Lo más importante para desarrollar un networking eficaz, es que combines el networking online y offline. Y recuerda que, en contactos, no se trata de acumular contactos, sino de mantener los contactos. No se trata de acumular personas, se trata de cuidar relaciones.

## **Pasos para un buen networking. ¿Qué cosas tienes que hacer para conseguirlo?**

1ro. Autoconocimiento de ¿en qué soy bueno?, ¿cuál es mi talento? y ¿qué puedo ofrecer a los demás?

2do. Establecer una estrategia, ¿quién soy?, ¿qué hago? y ¿qué ofrezco? Y de ahí, desarrollar tu elevator pitch, que te servirá tanto para online como offline.

3ro, ¿Qué personas son adecuadas?, ¿dónde están estas personas? y ¿cómo voy a llegar a ellas? Tanto en redes como en eventos.

4to ¿Cómo lo voy a desarrollar y qué acciones van a ser claves?, ¿voy a hacer una página web, voy a ir a los eventos y además voy a dejar allí tarjetas de presentación?

5to. El mantenimiento. ¿Cómo voy a hacer para que estos contactos estén y me acompañan en toda mi carrera profesional?, a lo mejor, tengo que ser generoso e invitarles a eventos que puede ir con ellos y así generar una comunidad interesante.

## TEMA 5.- OPORTUNIDADES LABORALES EN ECUADOR Y EN EL MUNDO

### Introducción

En este capítulo estudiaremos el mercado laboral actual, tanto en Ecuador como a nivel mundial, cuáles son las tendencias luego de la pandemia y en qué áreas existen mayores oportunidades de conseguir un empleo formal.

### Subtemas:

- El Groundswell y el cambio en las personas
- Evidencias de cómo las personas han cambiado
- Sectores económicos con potencial para la inserción laboral en Ecuador y el mundo
- Perfiles digitales más demandados



## **El Groundswell y el cambio en las personas**

El groundswell es un término que acuñaron en 2009 Charlene Li y Josh Bernoff. En ese año, se estaba viendo el primer auge de las redes sociales y ellos acuñaron ese término con el cual querían explicar lo que ocurría en ese momento. El groundswell es un fenómeno social por el que las personas utilizamos la tecnología para intercambiarnos lo que necesitamos sin tener que recurrir a las empresas (que eran las que tradicionalmente nos habían solucionado los problemas que teníamos).

Dentro de esta definición, hay términos importantes: ¿cómo cambian las personas?, ¿cómo cada uno de nosotros hemos encontrado vías alternativas para poder colaborar entre nosotros y solucionar los problemas sin tener que acudir a esos poderes establecidos? En la actualidad, el móvil ha hecho que se pueda extender el uso de Internet a cualquier lugar y eso ha cambiado nuestros hábitos. En los negocios, Internet ha creado una nueva moneda, que es el tráfico, y si observas, el negocio que tiene más tráfico, pues al final, es el que tiene más valor.

## **Evidencias de cómo las personas han cambiado.**

Estamos permanentemente conectados y no solamente estamos conectados, sino que estamos utilizando multitarea, utilizamos bastantes dispositivos al mismo tiempo, muchas veces estás viendo la tele y al mismo tiempo estás con el móvil, chateando o viendo información contextual de lo que está pasando en la tele. Confiamos cada vez más en las personas que en las marcas, antes sólo podíamos conocer las opiniones de nuestro contexto más cercano, ahora gracias a la tecnología, somos capaces de conocer la opinión que tienen de cualquier producto, cualquier persona, en cualquier lugar del mundo y esto ha hecho, que al final, las personas ganemos mucho poder en lo que es el tema de la decisión, en la que muchas decisiones, como pueden ser las compras.

Otro aspecto relevante es, el poder que nos ha dado la comunicación, en la relación, las redes sociales y los servicios de mensajería, la capacidad que tenemos de poder comunicarnos con gente que está en otros países o de nuestro círculo cercano más lejano, con las redes sociales y con el servicio de mensajería ha aumentado de manera muy importante.

Tenemos acceso a muchísima información. Somos constantes generadoras de información, la capacidad que tenemos (cualquier persona) de generar información es inmensa y, la verdad, es que alrededor de esto se ha generado mucho tráfico e inciden en muchos aspectos de la sociedad. Por último, está habiendo un cambio muy importante en el perfil laboral, hay tendencias como puede ser el freelance, la entrada de los robots en lo que es el mercado laboral, hacen que la persona de alguna manera, que tiene que estar buscando un trabajo, deba tener unas características y unas habilidades totalmente diferentes a las necesarias en el pasado y esto es un tema que realmente está condicionado mucho el comportamiento de las personas.

Sectores económicos con potencial para la inserción laboral en Ecuador y el mundo: En octubre del año 2020, la oficina de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para los países andinos, realizó una investigación en Ecuador, con la finalidad de promover la recuperación post COVID-19, en la misma plantea que debido al cambio tecnológico producido en el país, como consecuencia de la emergencia sanitaria, hay algunos sectores que saldrán beneficiados, por ejemplo, el teletrabajo, la educación en línea, el desarrollo de software y el comercio electrónico.

► **Tabla 20. Tendencias de consumo pos-COVID-19**

Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo
		
Productos sanitarios	E-commerce	Telemedicina / e-health
		
Comida a domicilio	Educación online	Servicios para tener seguridad (patrimonial, salud)
		
Entretenimiento online	Herramientas para el teletrabajo	Alimentación saludable

► Fuente: "COVID-19 ¿Y ahora qué? Ideas para el futuro", Connecting Visions / Entrevistas con actores clave.

Tomado del libro "Sector económicos con potencial para la inclusión laboral de migrantes y refugiados venezolanos en Quito y Guayaquil. Promoviendo la recuperación post COVID-19 en Ecuador" publicado por la Organización Internacional del Trabajo. Octubre, 2020

Por otro lado, Google afirma que a nivel mundial, las principales áreas a seguir creciendo en el sector digital serían las redes sociales; desarrollo web y de aplicaciones móviles; Big Data; Analítica, programación y cloud; Inteligencia artificial; Internet de las cosas; Industria 4.0; Ciberseguridad y; Ciudades inteligentes.

Aunado a ello, el diario digital de actualidad y economía [www.infobae.com](http://www.infobae.com) publicó que a raíz de la pandemia y sus cambios surge una nueva generación llamada “la era del conocimiento” que inevitablemente conllevará a la “cuarta revolución industrial: el 5G”. Textualmente dice: *“En los próximos años, los vehículos autónomos, los semáforos inteligentes, las plantas industriales sin operarios, los chequeos médicos y las intervenciones quirúrgicas realizadas en tiempo real y de forma remota pasarán a dejar de ser conceptos de ciencia ficción para convertirse en realidades palpables.”* (tomado de <https://www.infobae.com/def/desarrollo/2020/12/26/innovacion-tecnologia-defensa-ciencia-y-ambiente-las-producciones-de-def-en-2020/>)

El diario “El Universo” también opina al respecto y expresa que la tendencia en empleo o profesiones en Ecuador se dirige hacia el ámbito tecnológico, pues la tendencia es que las empresas migren al tema digital, lo que a la larga genera nuevos puestos de trabajo en temas de analítica e inteligencia de datos, de innovación, de eficiencia de operaciones, de experiencia de clientes, en productos digitales, marketing digital y liderazgo digital, pues las empresas continúan buscando la transformación digital. Para más información revisa:

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/01/09/nota/7683462/cuales-son-empleos-o-profesiones-mayor-demanda-ecuador-cual-es>

Por lo expuesto, se hace necesario INNOVAR, o al menos estar al día con la innovación y el autoaprendizaje continuo para poder ir a la vanguardia de los cambios que se producen día a día en nuestro entorno y áreas de trabajo. A continuación, se dará una breve descripción de los **perfiles digitales más demandados** en el mundo según Google.

## Perfiles digitales más demandados:

**En redes sociales:** Los principales perfiles en las redes sociales son el **social media manager** y el **community manager**. ¿En qué se diferencian? El social media manager es la persona encargada de definir la estrategia a seguir en redes sociales, cuya responsabilidad se encuentra en el diseño del social media plan (documento que establecerá y definirá los objetivos de una empresa, para estar presente en redes sociales y definirá el plan de acción a seguir para conseguir sus objetivos). Así que el community manager será la persona encargada de gestionar los perfiles en redes sociales de una empresa y ejecutará esas acciones que marcó el social media manager. Otros perfiles no tan habituales, pero sí que existen en las grandes empresas, son el **content curator**, el **content manager**, **social media legal** y el **social media analytics**.

### Project Manager en Marketing Digital:

El digital project manager es el responsable de llevar a buen término los proyectos digitales, es la persona que posee la visión global del proyecto, responsable de la estrategia y de la planificación, organización y coordinación de su desarrollo, supervisar a los integrantes del equipo y gestionar el presupuesto. Monitoriza y analiza indicadores de rendimiento para corregir, potenciar y reorientar, eventualmente, el proyecto. Amplios conocimientos digitales, globales y técnicos y, también, dotes de liderazgo y gestión de equipo.

**Experto en SEM (Search Engine Marketing / campañas pagadas):** es la persona que se encarga de toda la publicidad y de todo el marketing en motores de búsqueda, va a tener que hacer la creatividad, la investigación y la analítica, antes, durante y después de todo el proceso o campaña de marketing y, no sólo de los anuncios de texto, sino también de los de display, de shopping, entre otras cosas. Debe realizar el análisis e investigación del cliente, conocer el cliente, el sector, la competencia, analizar todo lo que ocurre en ese sector para, a partir de ahí, ver cómo llegar a los clientes.

**Experto en SEO (Search Engine Optimization / campañas orgánicas - gratuitas):** es la persona encargada de la investigación del cliente, sector, competencia y, tendrá que dominar especialmente y ser responsable sobre la tecnología y arquitectura de la web, hacer propuestas para mejorar en el hosting, en el propio sitio web y en la propia programación, a pesar de que él esté restringido a ser experto en SEO, dominar temáticas, contenidos, palabras clave, para, a partir de ahí, crear contenido y darle, realmente, al cliente lo que está buscando, en esa búsqueda y, a partir de ahí, ese buscador va a definir y va a entender perfectamente que ese contenido es mejor para el cliente. Después, va a poder formar parte de la creación de contenidos, que puede ser otra persona que no sea expresamente el experto en SEO, pero también podría crear los contenidos, además de la analítica y el control de la evolución del posicionamiento para las diferentes palabras clave.

**Desarrollador web y de aplicaciones móviles:** tiene como labor la ejecución de proyectos digitales en entornos escritorios, usuarios que navegan desde un ordenador o un ordenador portátil, el desarrollador móvil tiene como labor la ejecución de proyectos digitales en entornos de movilidad, ya sea desde dispositivos móviles o desde tabletas. Las principales funciones de ambos son la planificación del trabajo, la medición del alcance y el desarrollo de la programación.

**Experto en Big Data:** es una persona que trabaja la ciencia de los datos. Es un campo interdisciplinario que involucra métodos científicos, procesos y sistemas para extraer información útil a partir de los datos en crudo, aplicando distintas disciplinas como la estadística, la minería de datos, el aprendizaje automático o la analítica predictiva. Se dice que los datos van a ser una materia prima que necesita transformarse para generar un producto de mayor valor. En otras palabras, Big Data se refiere a “la combinación de un enfoque orientado a quitar la toma de decisiones, con descubrimientos analíticos que se extraen de los datos”, es una definición de John Akred, el fundador de Silicon Valley Data Science.

**Experto en inteligencia artificial:** debe saber utilizar y controlar las herramientas actuales desarrolladas en Inteligencia Artificial, que van a permitirle mejorar cualquier proceso, en cualquier ámbito profesional que le toque desarrollar su labor. Debe conocer las tendencias que se están dando en Inteligencia Artificial, pues es un tema que está evolucionando muy deprisa; lo que hoy está en pleno auge, mañana podría haber sido sustituido por algo mucho mejor y más eficiente, por lo tanto, es una carrera en la que se vive de forma dinámica constantemente.

**Experto en ciberseguridad:** profesional con perfil técnico capaz de analizar amenazas, el malware, de hacer análisis forense, a la hora de que se ha producido el incidente ver qué es lo que ha ocurrido, hacer lo que se llama reversing, análisis del propio malware volviendo al código inicial, personal que sea capaz de implantar e implementar medidas de seguridad, gestionar las medidas de seguridad, el personal que se dedique a inteligencia para poder detectar de forma proactiva incidentes que ocurran en el sistema. Profesional que conozca la ciberseguridad y que sea capaz, desde un ámbito más de gestión y de consultoría, ayudar a implantar planes de gestión de la seguridad en la propia organización, diseñar arquitecturas, concienciar al personal de las empresas puesto que muchos de los riesgos y amenazas se originan de forma interna en la empresa.

**En conclusión, la tendencia va hacia la digitalización, transformación tecnológica, recordemos que la virtualidad llegó para quedarse, y al bloquearnos diciendo, no soy buena(o) para la tecnología, sólo disminuimos las posibilidades de encontrar un empleo formal. Así que, a desarrollar el superpoder del aprendizaje para lograr nuestros objetivos profesionales y adaptarnos a la actualidad.**

**Recuerda seguirnos en nuestras redes sociales @todosmigramos tanto en Facebook, como en Instagram.**