



# Empléate en el Nuevo Mundo Laboral

Fernandez Armesto, Marianela<sup>1</sup> y Robledo, Rocío Belén<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Psicología. Córdoba, Argentina.

## Palabras claves

PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

EMPLEABILIDAD PERSONAL

## Resumen

**INTRODUCCIÓN:** Durante mucho tiempo la iniciativa emprendedora sólo se abordó desde la perspectiva económica. Sin embargo, al analizar teorías más actuales, se pone de manifiesto la existencia de una realidad humana más compleja que recoge elementos de otras perspectivas (Lindozi y De Cuzzi, 2019). El emprendimiento se concibió como la creación de nuevas empresas, pero más recientemente se ha producido un cambio hacia un concepto más amplio que entiende emprendimiento como un modo de pensar y actuar (López Núñez, 2017). Otro cambio conceptual es el de empresa por organización, definida por Schlemenson (2013) como un sistema socio-técnico formado por un proyecto concreto, que satisface las necesidades de sus miembros y de la población externa que le otorga sentido de existencia. Dicho sistema está inserto en un contexto socio-económico y político que lo influye. Hoy plantea nuevas demandas y retos que hacen necesaria una reflexión acerca del FODA de la profesión del psicólogo/o. Esto conlleva a considerar la formación en competencias y su implantación en diferentes contextos de un determinado campo profesional, para un desempeño de mejor calidad (Peiró, 2016). **OBJETIVOS:**\*General: Brindar herramientas virtuales para la práctica en el nuevo mercado laboral. \*Específicos: 1) Promover el aprendizaje sobre psicología organizacional para la construcción de personal branding. 2) Fortalecer el uso de metodologías virtuales para la inserción y el ejercicio profesional. 3) Analizar la imagen corporativa y el público destinatario. **METODOLOGÍA:** Se desarrollará un dispositivo taller a través de una plataforma virtual. Estará destinado a estudiantes del tramo final y jóvenes profesionales. **CONTRIBUCIÓN:** Consideramos que este taller contribuirá al desarrollo de habilidades necesarias para el ejercicio profesional en el ámbito virtual, específicamente en el contexto de las redes sociales. Desde una posición interdisciplinaria aportamos a fortalecer la autopercepción de la empleabilidad (Hernández, 2011, citado en Lindozi; Decuzzi, 2019).

## 1. Introducción

Los jóvenes constituyen el grupo con grandes dificultades para insertarse en el mercado laboral, lo cual se demuestra por las altas tasas de desempleo. (Barbetti, 2019) El emprendedorismo se entiende como una manera de enfrentar la dificultad económica y aumentar la empleabilidad (Cortez; Veiga, 2019).

Durante mucho tiempo la iniciativa emprendedora sólo se abordó desde la perspectiva económica. Sin embargo, al analizar teorías más actuales, se pone de manifiesto la existencia de una realidad humana más compleja que recoge elementos de otras perspectivas (Lindozzi; Decuzzi, 2019).

A los fines de clarificar conceptos, coincidimos con el Ministerio de Industria de Argentina (2015) definiendo al Emprendedorismo como la creación de un negocio o proyecto, que puede tener fines de lucro o no. Dicho proyecto debe nutrirse de creatividad, persistencia y gestión adecuada para que perdure en el tiempo.

El emprendimiento se concibe como la creación de nuevas empresas, pero recientemente se ha producido un cambio hacia un concepto más amplio que entiende emprendimiento como un modo de pensar y actuar (López Núñez and et al., 2017); originado por una persona o grupo que toma la decisión de iniciar un negocio asumiendo los riesgos que esto implica. Vale aclarar que la capacidad de emprender no es algo innato, sino que, como toda competencia laboral, puede desarrollarse. En este sentido, desde el Ministerio de Industria de Argentina (2015) se mencionan como características personales que comparten la mayoría de los emprendedores a: disposición para asumir riesgos; creatividad; proactividad; autonomía; habilidades de negociación, comunicación y liderazgo; adaptación; optimismo; perseverancia y resiliencia. Es importante que quien se aventura al emprendedorismo sea entusiasta y esté apasionado/a por su actividad, dado que esto le permitirá seguir en pie a pesar de los obstáculos que presente el camino.

En relación con nuestra disciplina, la psicología, creemos conveniente retomar los aportes desde la Psicología Organizacional para incorporar el concepto de “organización”. Este fue definido por Schlemenson (1998) como un sistema socio-técnico formado por un proyecto concreto, que satisface las necesidades de sus miembros y de la población externa que le otorga sentido de existencia. Dicho sistema está inserto en un contexto socio-económico y político que lo influye. En otras palabras, el emprendimiento nace para innovar en el mercado, para proponer un nuevo producto o servicio, y hay público esperando para consumirlo... pero no es tan fácil como suena. Actualmente se plantean nuevas demandas y retos para nuestra profesión, lo cual nos hace reflexionar sobre la formación en competencias<sup>1</sup> y su implantación en diferentes contextos para un desempeño de mejor calidad (Peiró, 2016).

Según un artículo reciente en Psicología y Mente (García,s.f.) esto es especialmente importante para los psicólogos, pues la competencia que existe entre profesionales de nuestro gremio es

mucha para un mercado laboral tan acotado. Si antes de la irrupción de las nuevas tecnologías el boca boca era casi indispensable para ganarse la vida como psicólogo, algo ha cambiado en las últimas décadas: ahora es necesario ser creativo a la hora de ofrecer algo diferente y tener visibilidad en el mundo digital.

*“El concepto de marca personal cobra relevancia porque procura identificar y comunicar tu valía y competencia, tu utilidad y su fiabilidad para que seas percibido como el psicólogo a quién deben contratar o con quien merece la pena trabajar. El objetivo es, por tanto, que consideren que la mejor opción eres tú y que finalmente te elijan a ti”.*

Ante ello presentan en el artículo *¿Qué se necesita para emprender en Psicología?* (s.f), una serie de consejos e ideas clave que ayudarán a progresar en este reto de crearse uno mismo su propio puesto de trabajo. Primero es imprescindible tener claro el modelo de negocio, en el que se especifique cuál es tu misión y cuál va a ser tu manera de llevarla a cabo. De esto, además, se derivará la imagen de marca que quieres transmitir. Lo siguiente será definir el cliente/público objetivo y pensar en su perfil desde el punto de vista de la publicidad. Porque la imagen de marca que se proyecta, así como los medios a los que recurramos para promocionar nuestros servicios, deben adaptarse al tipo de perfiles que hayamos definido.

Por último, para poder definir las estrategias adecuadas sobre el futuro emprendimiento, proponemos realizar un FODA<sup>2</sup> personal. Con este instrumento se identifican y organizan los aspectos positivos y negativos del proyecto para gestionarlos de manera adecuada.

## 2. Objetivos

### General

- Brindar herramientas virtuales para la práctica en el nuevo mercado laboral

### Específicos

- Promover el aprendizaje sobre psicología organizacional para la construcción de personal branding.

---

• <sup>1</sup> Se ha definido la competencia como una capacidad aprendida para hacer adecuadamente una tarea o desempeñar una determinada. competencias facilitadoras que todo profesional debería poseer en el desempeño de su profesión: estrategia de actuación profesional; planificación del propio desarrollo profesional continuo; trabajo en equipo con otros profesionales; garantizar calidad en los servicios prestados; asumir la responsabilidad profesional, y anunciar y comunicar los servicios que se prestan (Peiró, 2016).

• <sup>2</sup> FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidad y Amenazas



### 3. Materiales

- I. Sala de videollamada
- II. Presentación realizada desde Genially
- III. Plantilla de FODA
- IV. Formulario de google
- V. Encuesta interactiva
- VI. Agenda/calendario de contenidos

### 4. Metodología

Se desarrollará un dispositivo taller a través de una plataforma virtual. Estará dirigido a estudiantes en el tramo final y recientes egresados/as.

La presentación consta de dos bloques, divididos en dos secciones y sus respectivas actividades. Para cerrar el taller, se dará a los/as participantes un formulario para enviar a sus correos una agenda/calendario de contenido en formato digital para poner en práctica lo aprendido.

Cada bloque está pensado para durar 50', dejando un margen de 20' de retraso de ser necesario.

Bloque I: Empleate en el nuevo mundo laboral desde la psicología trabajo y las organizaciones

Iniciaremos el bloque con una breve introducción sobre las posibilidades de emplearse en el nuevo mundo laboral. Y cómo se relaciona con conceptos básicos que nos aporta la Psicología Laboral y de las Organizaciones. Ello nos permitirá construir en este bloque una aproximación respecto a las competencias profesionales y personal branding que requiere a la hora de pensar en un emprendimiento.

Se desarrollará:

- Introducción nuevo mundo laboral con ejemplos de casos prácticos
- Explicación sobre la Psicología Laboral y de las Organizaciones

1. ¿Qué es? ¿Cómo nos ayuda a la hora de pensarnos profesionalmente? Concepto de trabajo / empleo.
2. Dimensiones de Schlemenson: El proyecto en el que se sustenta la organización, la estructura organizativa, la integración psicosocial, las condiciones de trabajo, el sistema político y el contexto.
  - Trabajar sobre las competencias del profesional emprendedor y qué significa Personal Branding.

### Primera actividad

El primer paso será poner en claro ¿quién eres, cuál es tu visión y misión, cómo te ves en un futuro? Para ello se presentará dos breves actividades:

1. Nombre de tu profesión, más dos apellidos: A través del chat pediremos que nos indiquen a qué se dedican o quieran dedicarse, tratando de responder con el nombre de tu profesión más dos de sus respectivos apellidos. Por ejemplo:

*“Eres psicólogo clínico (Nombre) especialista en terapia de parejas (apellido uno) para adultos mayores (apellido dos)”.*

2. FODA: Pasaremos una planilla con preguntas guías para que completen individualmente en una hoja. Y vamos a relacionarlo con las dimensiones de Schlemenson.

Bloque II: Empleate en el nuevo mundo laboral desde marketing y comunicación

Para empezar el bloque, se darán nociones básicas desde Marketing respecto a la Creación de Contenidos.

En esta sección hablaremos de como empezar adecuadamente la presencia en internet, para hacernos visibles, posicionarnos como autoridad y lograr que los pacientes se contacten. Los pasos básicos para pensar una estrategia de contenido. Para ello daremos algunas ideas respecto a las tendencias en internet y herramientas digitales indispensables para comenzar.

Se desarrollará:

- Agregar valor a tus clientes a través de las redes sociales
- Tipos de contenido
- TENDENCIA hoy (formatos, tipos y ejemplos)



Año 2020, Vol. 5, N°9, 1-8

- Herramientas para hacerlo de forma fácil y atractiva: canva, trello, doodle, YouTube, podcast.

Enlazada con la temática anterior, esta sección desarrolla conceptos de Comunicación pensando en la Marca Personal o Personal Branding.

Para ello se debe conocer lo que implica la segmentación del público y el análisis de las redes sociales a utilizar. Repasamos términos sobre Imagen corporativa y las posibilidades de representarla en distintos contenidos acorde a: celebraciones, acerca de la profesión, tendencias en tu rama de ejercicio profesional, contenido educativo, interacción con tu público e identidad de la marca. Y como todo esto forma parte del Plan de Acción en Comunicar la Marca Personal, brindando un calendario de contenido para ejemplificar.

Se desarrollará:

- Públicos:
  - Segmentación
  - Análisis
- Imagen corporativa:
  - Personalidad y tono de la Marca
- Plan de Acción:
  - Objetivos
  - Estrategias.

Para terminar el bloque hablaremos sobre la Ética Profesional en base al Código de Ética del Colegio de Psicólogos de la Provincia de Córdoba, artículo 3 “Normas asociadas a la Honestidad”, sección sobre Responsabilidad ante declaraciones Públicas (3.10-3.16), se brindará ejemplos sobre el uso incorrectos de publicaciones en internet. Con el fin de concientizar el alcance de los contenidos compartidos por profesionales.

### Segunda actividad

Como actividad de cierre se darán 10' para completar una encuesta interactiva sobre:

*¿A qué público quieres dirigirte? ¿Mediante qué canal? ¿Qué tono de marca usarías?*

## 5. Resultados

Mediante este taller se espera que los y las participantes obtengan una primera aproximación a los componentes necesarios para pensar nuevas modalidades de trabajo y estrategias para emprender en el mundo laboral de hoy.

Comenzar a incursionar en el mundo laboral entendiendo:

- Cómo transmitir su experiencia a través de una estrategia de comunicación coherente y única.
- Definir tu cliente ideal.
- Qué contar para conectar con tu audiencia.
- Qué es el branding y cómo utilizarlo.
- Cómo reconocerse emprendedor/dora.
- Construir la misión, visión y valores de su profesión, para así saber a dónde va su proyecto.
- Claves para diseñar la identidad visual de tu marca.

Y como regalo del taller les enviaremos una agenda/calendario de contenido en formato digital para poner en práctica lo aprendido sobre creación de contenido y comunicación de la marca personal.

## 6. Contribución

Consideramos que este taller contribuirá al desarrollo de habilidades necesarias para el ejercicio profesional en el ámbito virtual, específicamente en el contexto de las redes sociales. Desde una posición interdisciplinaria aportamos a fortalecer la autopercepción de la empleabilidad<sup>3</sup> (Hernández & et al, 2011; citado en Lindozzi; Decuzzi, 2019).

---

<sup>3</sup> Empleabilidad: está focalizado en factores personales, referidos a las competencias de la persona, que favorecen o no la predisposición del individuo a afrontar de forma proactiva las situaciones y a ser flexibles ante las demandas del entorno, y que necesita de la conjugación de dichas características personales con el mercado laboral existente.



## Referencias

- Barbetti, P.A. (2019). Promoción de emprendimientos y autoempleo para jóvenes en políticas y programas de Argentina. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 2020, XXVII(1), Enero-Marzo, ISSN: 1315-9518 disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104022>
- Cortez, P.A. & Veiga, H.M.S. (2019). Intenção empreendedora na universidade. *Ciencias Psicoógicas* 13 (1), 134-149. doi: 10.22235/cp.v13i1.1815
- García Allen, Jonathan (sin fecha). Branding personal para psicólogos en internet y redes sociales [artículo]. *Psicología y Mente*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/branding-personal-psicologos-internet-redes-sociales>
- Ministerio de Industria de la República Argentina (2015). Manual del Emprendedorismo: Aprendiendo a emprender. Dirección Nacional de apoyo al Joven Empresario Material de ayuda para emprendedores. Recuperado de <http://emprendedorasenred.com.ar/descarga-de-archivos/manual-del-emprendedorismo/>
- ¿Qué se necesita para emprender en Psicología?(s.f). [artículo]. *Psicología y Mente*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/entrevistas/emprender-en-psicologia>: