

Información del artículo

Recibido: 10/2021

Revisado: 11/2021

Aceptado: 12/2021

Información del autor

* Proyecto de investigación: Herramientas de Orientación de Marketing Personal para Egresados Cesantes de ECACEN del CEAD Ibagué en Búsqueda de Empleo. Grupo de Investigación CANANGUCHALES. UNAD

Correspondencia

*heydy.tamayo@unad.edu.co

© 2022. Universidad La Gran Colombia. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Attribution License 4.0, que permite el uso ilimitado, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que el autor original y la fuente se acrediten.

Cómo citar

Tamayo Solórzano, H. Y. Tejada Durán, O, M & Soto, A. I. (2022). Fortalecer el perfil laboral es posible implementando estrategias de Marketing Personal: La solución está en sus manos. Contexto, 10(1), 14-22.



Fortalecer el perfil laboral es posible implementando estrategias de Marketing Personal: La solución está en sus manos

Heydy Yohana Tamayo Solórzano* Oscar Mauricio Tejada Durán*Angela Ibeth Soto*

Resumen

Este artículo es el resultado de la investigación denominada “Herramientas de orientación de marketing personal para egresados cesantes de Ecacen del CEAD Ibagué en búsqueda de empleo”, el cual tiene como objetivo principal brindar herramientas tecnológicas y didácticas enfocadas al desarrollo de competencias blandas y mejoramiento del perfil profesional de los egresados de la escuela Ecacen del CEAD Ibagué, que actualmente se encuentran cesantes y en la búsqueda de empleo.

Palabras clave: Graduados, primer empleo, marketing personal, estrategia de marketing, competencias blandas.

Strengthening the work profile is possible by implementing Personal Marketing strategies: The solution is in your hands

Abstract

This article is the result of the research called “Personal Marketing Orientation Tools for Dismissed ECACEN Graduates of CEAD Ibagué in Job Search”, which has as its main objective to provide technological and didactic tools focused on the development of soft skills and improvement of the Professional profile of the graduates of the ECACEN school of CEAD Ibagué, who are currently unemployed and in search of employment

Keywords: Graduates, first job, personal marketing, marketing strategy, soft skills.

Introducción

Los CEO de las organizaciones esperan que los productos de las universidades sean talento humano con competencias tanto técnicas como gerenciales altamente desarrolladas, pero en la sección de empleo en septiembre 20 de 2018 el periódico Portafolio señaló un artículo titulado “Habilidades que deben tener los recién egresados para conseguir empleo”; el cual indica que los empresarios necesitan egresados con competencias idóneas desde el hacer como el ser. (Portafolio, 2018)

Teniendo en cuenta los índices de desempleo en Ibagué, donde en el 2018 se finalizó el año con el 15,2 % y en el 2019 con 17,6 %, según informe del mercado laboral del Dane (2019), se percibe desde la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios Ecacen del CEAD Ibagué de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, la necesidad de fortalecer en sus egresados las competencias gerenciales y así entregar al mercado profesionales idóneos, con habilidades y competencias desde el hacer y el saber; los cuales trabajarán incansablemente por alcanzar las metas de la organización. (Rincon Rojas & Valencia Delgado, 2018) De acuerdo con lo anterior, nace el Proyecto de Investigación de Escuela PIE “Herramientas de orientación de marketing personal para egresados Cesantes de Ecacen del CEAD Ibagué en Búsqueda de Empleo”, el cual tiene el objetivo Determinar las herramientas de orientación de marketing personal para egresados cesantes en búsqueda de empleo de Ecacen del CEAD Ibagué.

Esta investigación se enfocó bajo el tipo de investigación hermenéutica por su enfoque cualitativo e interpretación de los datos subjetivos, teniendo en cuenta que la misma es una investigación descriptiva donde el componente subjetivo debe estar apoyado en bases conceptuales y concretas. La investigación se soporta en:

- ✓ Un diagnóstico de la situación actual de los egresados de la Ecacen del CEAD Ibagué. Para la consolidación de este diagnóstico se aplicó un instrumento de recolección de información a los egresados registrados en la base de datos de la Escuela, información que se procesó y analizó; realizando la trazabilidad a su estado actual laboral, a su actuar y a su percepción del por qué la situación de desempleo.
- ✓ La descripción de las herramientas de marketing personal, las cuales permitirán a los egresados cesantes mejorar su perfil.
- ✓ Una guía de orientación de marketing personal con énfasis laboral, la cual será utilizada por los egresados después de diligenciar el test de diagnóstico; teniendo en cuenta que en esta guía encontrará la herramienta recomendada y las posibles estrategias a implementar para mejorar así su perfil y posicionarse como la mejor opción para la empresa donde postule su hoja de vida.

Esta investigación esta soportada dentro del enfoque hermenéutico, por su enfoque cualitativo e interpretación de los datos subjetivos, teniendo en cuenta que la misma es una investigación descriptiva donde el componente subjetivo debe estar apoyado en bases conceptuales y concretas (estudios de mercado); el cual se basa en el estudio y/o comprensión de fenómenos sociales (Martínez, 2011, pág. 12).



Para la recolección de la información se utilizó un instrumento de recolección de información denominado “encuesta” aplicado de forma en línea personalizado por medio del muestreo conglomerado y aleatorio simple, teniendo en cuenta que la diligencia aquellos graduados que deseen participar en la investigación.

Desarrollo del tema

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD ha articulado investigadores, proyectos, problemas, metodologías y actividades de investigación que hacen posible la producción intelectual en el campo del saber, esto apoyado en las líneas investigación apoyado en el Acuerdo 101 del 24 de noviembre de 2017. De acuerdo con lo anterior, este proyecto se encuentra dentro de la línea de investigación Gestión de las Organizaciones, la cual tiene como objetivo contribuir a la solución de la problemática organizacional privada y pública mediante la construcción de conocimiento alrededor de las ciencias de la gestión y la administración.

Esta investigación busca establecer una relación directa existente entre el fortalecimiento de las competencias blandas, la identificación de la ventaja competitiva y la búsqueda de empleo de los egresados de Ecacen del CEAD de Ibagué.

Es necesario tener en cuenta que la consecución de empleo no es un proceso fácil así se tenga experiencia, pero es aún más difícil para los recién egresados, lo cual se convierte en un tema de interés para esta investigación buscando fortalecer las competencias blandas de los egresados de pregrado de Ecacen del CEAD Ibagué, generando la identificación de su ventaja competitiva para mejorar su perfil y así participar en convocatorias de reclutamiento laboral donde el currículum que presente para la convocatoria sea llamativo e interesante de leer.

Como resultados de la investigación se presenta a continuación, la descripción del diagnóstico de los egresados de la Ecacen, la descripción de las principales herramientas que se pueden utilizar y la propuesta de la guía de orientación a los egresados para fortalecer el perfil laboral:

El primer resultado es determinado una vez aplicado el instrumento de recolección, en que se procesó la información de la situación actual de los egresados de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – Ecacen, obteniendo los siguientes hallazgos:

- Permitted to define the competencies that should be strengthened both from the formative process as well as at the moment one graduates. The competencies that are intended to be strengthened are the managerial ones through providing the graduate primarily with strategies that will allow them to strengthen their profile. These strategies will strengthen the profile of the graduate from the moment one contemplates the idea of searching for employment, how to improve one's personal brand, from the image, one's customs and behavior. Additional recommendations are given on what not to do on social networks taking into account that this is a tool that uses recruitment 4.0.
- Having a resume on the net, is not reliable for all people, but being on the net and in the different portals of hiring and employment agencies, is a challenge that globalization



exige día a día. El internet ha facilitado tanto el proceso de búsqueda de empleo como el reclutamiento por parte de las organizaciones; por estas razones se debe registrar la hoja de vida en los diferentes portales y herramientas que están diseñadas para facilitar la búsqueda de empleo, entre esas herramientas se destaca LinkedIn, la cual no solo le permite buscar empleo, sino contactar a otras personas o que fácilmente la organización pueda encontrar su hoja de vida y visualice que se es, el candidato perfecto.

- Quién llega preparado a una entrevista llega con una ventaja : se tiene el conocimiento para enfrentar las preguntas que lleguen como el desafío a postularse como la mejor opción que tiene la empresa para contratar. Esto, combinado con las habilidades que ya ha desarrollado el egresado, le permitirá posicionarse y hará que las organizaciones lo destaquen y que las personas a su alrededor lo recuerden.
- Es necesario que los egresados contemplen la posibilidad de seguir cualificándose, ya que les permite ampliar su campo de acción. Quien se queda en lo mismo siempre hará lo mismo, y con los cambios que se sufren a diario seguramente ese egresado tendrá dos opciones: morir en el mercado o sobrevivir por medio de la cualificación que lo lleve a un nivel más alto. Desde el portafolio de la UNAD, se brinda al egresado la oportunidad de continuar sus estudios, no solo por su entorno laboral, sino por su satisfacción personal, que unida a su capacidad tendrá resultados positivos; adicional, de las ventajas que tienen los egresados de los descuentos y la participación a los diferentes eventos; lo cual no solo mejora su hoja de vida, sino su percepción sobre la realidad productiva.
- La mejor herramienta que tiene un egresado es el poder confiar en sí mismo, de que es capaz de enfrentar todos los retos que se proponga; ese convencimiento debe estar acompañado de la responsabilidad, la proactividad, su marca personal y la chispa que lo caracteriza y esto se resume en la capacidad de apropiar habilidades y competencias gerenciales que lo hacen único.

Finalmente, este diagnóstico invita a todos los egresados a realizar una evaluación introspectiva, representada en una DOFA Personal, la cual se debe elaborar con honestidad y así atacar las debilidades y amenazas que brinda el marketing personal.

En el segundo resultado se describen las principales herramientas de marketing personal que pueden utilizar los egresados para fortalecer su perfil (Quality Grup Montaner, 2019):

- Preparación y presentación de la Hoja de Vida

Los aspirantes deben conocer muy bien sus competencias laborales y el mercado en el cual se pretenden presentar, es importante que realicen estrategias que les permitan mejorar el perfil ante un mercado cada día más competitivo. Por tanto, la preparación de las hojas de vidas se debe articular de acuerdo con la empresa a la cual el candidato aspira, debe adaptar todo el contenido de la hoja de vida de acuerdo con su información y a sus aspiraciones.

- Marca Personal



Según Jeff Bezos (director ejecutivo de Amazon), “la marca personal es lo que dicen de ti cuando no estas en la sala”, es decir, que es lo que otras personas perciben o identifican de otra (Pernas, 2018).

Trabajar directamente en la construcción de una marca personal implica que se debe definir claramente ¿cómo y por qué quiero que me identifiquen? ¿cómo y por qué quiero que me recuerden?, los beneficios y contras de construir una marca personal con los atributos, habilidades y cualidades determinadas.

- Blog personal

Esta herramienta se considera como la presentación digital, en donde se cuenta la trayectoria personal, profesional y laboral. Es necesario que este blog este actualizado diariamente, teniendo en cuenta, que el propósito de esta herramienta es tener informados a las personas interesadas en los temas que se publican. (El Nuevo Entrepreneur, 2018)

En el tema de marketing personal, es recomendable tener un espacio en la nube donde se establezca un blog personal profesional, este blog debe tener la estructura de la hoja de vida, la cual tenga una vista dinámica, que identifique el contenido con la personalidad del autor. (Kotler & Keller, 2012).

- Redes Sociales

Las redes sociales se consideran como una herramienta de suministro información en todos los aspectos, donde se muestra la vida personal, la vida social, la vida profesional, intereses y expectativas.

La digitalización y el mundo cibernético ha permitido que todo esté a un clic y bien saben los empresarios que, con un clic en Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otros, pueden conocer esos aspectos que no se exteriorizan en una entrevista o un periodo de prueba (Izquierdo, 2019).

Las redes sociales permiten que los reclutadores puedan analizar la trayectoria de la vida de los aspirantes, con las publicaciones se puede construir una idea del comportamiento y de las aspiraciones (Funiber, 2019).

- Preparación de la entrevista

La preparación de la entrevista debe iniciar desde el momento de la postulación a la vacante, es necesario preparar el contenido de lo que pueden llegar a preguntar hasta como lucir y comportarse el día que deba presentarse (Primerempleo, 2020).

Primero, es necesario que investigue todo sobre la empresa y conozca las competencias que va a desarrollar en el cargo al cual se postuló, desde el inicio, misión, visión, trayectoria y toda la información corporativa como las funciones, responsabilidades, roles y demás información que le brinda la oferta laboral.

Segundo, tener en cuenta la presentación personal, se debe presentar a una entrevista con una vestimenta apropiada, traje formal, zapatos adecuados, un buen peinado, maquillaje apropiado e impecable.



Tercero, el comportamiento es esencial al momento de presentarse en la entrevista, los gestos, posturas y demás que se asocian al comportamiento en el momento de la entrevista le indican al reclutador que tan apto es para el trabajo. (Alles M., 2005)

- Inscripción a Agencias de Empleo

Buscar empleo no es fácil y aún se dificulta más si no se sabe en qué sitios se debe buscar, por esto es necesario identificar los portales de búsqueda. Existen diferentes portales entre estos Computrabajo, el empleo los cuales son el portal de gestión de empleos de las cajas de compensación del Tolima, que representan agencias de empleo (Comfenalco y Comfatolima), de igual manera se encuentra la Agencia Pública de Empleo del SENA que ofrece a todos los colombianos las ofertas que son registradas por los empresarios en su portal. (Segura, 2016)

Asimismo, hay portales de empleo privados como el del grupo Argos, quien relaciona las diferentes ofertas de sus empresas asociadas y los buscadores del estado de teletrabajo.gov.co. Es recomendable cargar la hoja de vida con una carta de presentación a cada portal de su preferencia, se debe estar actualizando la misma con las preferencias y aportar información confiable y fácil de verificar.

- Postulación a Vacantes

Después de registrar la hoja de vida y de la búsqueda de empleo y de encontrar la oferta apropiada de acuerdo con su perfil profesional y ocupacional, debe postularse con la información adecuada a la oferta, en la cual debe coincidir al 100% las expectativas del aspirante con las pretensiones de la oferta, es decir, que no puede indicar que no le gustan las alturas en su presentación cuando el empleo le indica que debe trabajar en el 20° piso de la empresa; por esto es necesario, estar muy seguro si es el empleo que se ajusta a sus expectativas y así mismo proyectar la información inicial, como perfil, expectativas e indicaciones.

Es necesario resaltar, que los reclutadores lo primero que revisan son las aspiraciones y expectativas del aspirante, si no coincide con las indicaciones del empleo, se deduce que el aspirante no leyó con detenimiento la oferta y por ende no está del todo interesado. Se debe ser consecuente con las proyecciones del empleo.

Con las herramientas anteriormente expuestas, desde la Ecacen CEAD Ibagué, se pretende que el recién egresado encuentre las estrategias adecuadas que le permitan mejorar su perfil, desde la búsqueda hasta el proceso de reclutamiento en la entrevista laboral.

Como último resultado de la investigación se propone la elaboración de una guía de orientación de estrategias de marketing personal, que tiene como objetivo fortalecer a los recién egresados en su proceso de búsqueda tanto del primer empleo como de nuevas oportunidades.

Esta guía está enfocada en la orientación de estrategias de marketing personal, las cuales están enmarcadas en que el recién Egresado se visualice como un profesional cualificado, con grandes capacidades fortalecidas en las competencias gerenciales que le permitirán desempeñarse con



calidad en el empleo que se postule, donde la experiencia no será una barrera, debido a que, en el proceso de reclutamiento este nuevo profesional exteriorizara todo su potencial en el deseo de aprender y contribuir con el crecimiento y alcance de todos los objetivos, donde se compromete a seguir cualificándose entorno a la empresa.

Los resultados de esta investigación brindan a los egresados de la Ecacen del CEAD Ibagué y a todos los egresados que quieran mejorar su perfil al momento de ofertar su hoja de vida a implementar las estrategias de marketing personal, definidas en la “Guía de Orientación de Marketing Personal con Énfasis Laboral”. De cada persona dependen los resultados de sus sueños; si se trabaja en la consecución de los objetivos planteados pronto se llegará a la cima y se gozará del triunfo tan anhelado. La solución esta en las manos de cada egresado, determinar a conciencia sus debilidades o sus amenazas le posibilita la mejora continua de su perfil y así no solo penetrar el mercado laboral sino posicionarse como la mejor contratación que puede realizar la empresa donde postulo la hoja de vida.

Después de culminada esta investigación damos gracias a la Universidad por permitirnos ahondar en un problema social que no solo afrontan nuestros egresados, también queremos agradecer a los egresados que hicieron parte de la muestra y nos brindaron con sinceridad sus respuestas; información que hoy hace posible los productos que permiten fortalecer el perfil laboral.

Conclusiones

El análisis de los datos e información recopilados en la investigación realizada a los egresados de Ecacen permite concluir que se hace necesario fortalecer tanto a los estudiantes como a los egresados en competencias socioemocionales que les permitan mejorar su empleabilidad. en donde operará con recursos humanos y técnicos que facilitarían la implementación de esta nueva línea de estrategia académica, sin embargo, se evidencia la falta de contenidos formales para desarrollar las competencias enfocadas en el marketing personal se hace notoria la necesidad del presente proyecto para proveer las herramientas que le permitan a la universidad decidir sobre la conveniencia de invertir en el desarrollo a material de marketing personal.

La investigación permitió establecer la relación directa que existe entre el fortalecimiento de las competencias blandas, la identificación de la ventaja competitiva y la búsqueda de empleo de los egresados de Ecacen del CEAD de Ibagué, la necesidad de desarrollar herramientas que permitan mejorar su empleabilidad en mercados cada día más competitivos y con nuevos procesos de selección más complejos e innovadores que buscan determinar las competencias socioemocionales de los candidatos y futuros colaboradores,

El presente estudio a través de los instrumentos aplicado a los egresados permite inferir que el desarrollo de las competencias laborales en el ámbito académico debería ser una prioridad improrrogable, ya que estas contribuyen al desarrollo de profesionales íntegros siendo esta responsabilidad de todos y está la inversión permite generar a través de la capacidad innovadora y productiva de los egresados de Ecacen, su empleabilidad y liderar los procesos de selección en los cuales hagan parte.



Los resultados arrojados en el instrumento aplicado a los egresados de Ecacen, ratifica la necesidad que tienen tanto los estudiantes como los egresados de herramientas que les permitan fortalecer sus competencias y tendencias en los procesos de selección y reclutamiento.

En la percepción de los egresados sobre las causas de no obtener el empleo deseado, se concluye que se debe trabajar fuertemente en el poder de convencimiento de sus capacidades y competencias; teniendo en cuenta que si no se tiene la disposición seguramente los procesos que inicie no tendrán resultados positivos.

Los egresados no han contemplado que las dificultades que se les presenta al momento de la búsqueda de empleo, pueden ser el resultado de no estar preparados desde el ser, con habilidades y competencias gerenciales.

De acuerdo con la investigación realizada a los egresados de la Ecacen CEAD Ibagué, se puede decir que la marca personal hoy en día es necesaria para el desarrollo profesional. Crear una identidad propia, destacar las competencias, habilidades, logros, proyectos terminados o futuros, servirá para hacer la diferencia y mostrarse como alguien único en el mercado laboral o despuntar sobre la competencia.

Con respecto a las redes sociales, la mayoría tienen alcance global y la rapidez con la que se promueven los contenidos es instantánea, tienen la capacidad de segmentar y dirigirse hacia aquellos usuarios que se quiere dar a conocer la marca personal, contribuye a una mejor difusión de los contenidos o servicios, y además posiciona la marca en el mercado, de esta forma la marca personal puede llegar a cualquier parte del planeta.

Con la aplicación de las Herramientas de Orientación de Marketing Personal para Egresados Cesantes de Ecacen del CEAD Ibagué en Búsqueda de Empleo, se puede demostrar de manera creativa y novedosa las mejores cualidades, virtudes y fortalezas, para potenciar la marca personal. Así, posicionarse en el mercado como individuos competentes y capaces de alcanzar objetivos de manera exitosa.

Referencias Bibliográficas

Alles, M. (2005). La entrevista Exitosa - 100 preguntas y cómo responderlas. Buenos Aires - México - Santiago - Montevideo: Granica. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=V23YMWqVRzkC&oi=fnd&pg=PA7&dq=entrevista+de+trabajo+exitosa&ots=yG7KAR6JzD&sig=k36nNNwLnBzMjMSvSwGLhXwgDw8#v=onepage&q=entrevista%20de%20trabajo%20exitosa&f=false>

Dane (2019). Mercado Laboral. Bogotá.

El Nuevo Entrepreneur. (22 de marzo de 2018). Blog personal ¿Qué es y para qué sirve? Obtenido de <https://elnuevoentrepreneur.com/blog-personal-que-es-y-para-que-sirve/>



- Izquierdo, J. (28 de febrero de 2019). IEBS, la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores. Obtenido de Reclutamiento 4.0: La revolución en la captación del talento: <https://www.iebschool.com/blog/reclutamiento-seleccion-gestion-talento-rrhh-2-0/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson.
- Pernas, J. (01 de 10 de 2018). La Cultura del Marketing. Obtenido de Qué es la marca personal, como crear la marca persona, trucos y ejemplos: <https://laculturadelmarketing.com/que-es-la-marca-personal-como-crear-marca-persona-trucos-y-ejemplos/#%C2%BFQue-es-la-marca-personal?>
- Portafolio. (20 de 09 de 2018). Habilidades que deben tener los recién egresados para conseguir empleo. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/habilidades-que-deben-tener-los-recien-egresados-para-conseguir-empleo-521331>
- Primerempleo. (2020). ENTREVISTA DE TRABAJO. Obtenido de <https://www.primerempleo.com/entrevista-trabajo/entrevista-de-trabajo.asp>
- Quality Grup Montaner. (2019). 10 consejos para realizar una búsqueda activa de empleo. Obtenido de <https://www.qualitytemporal.com/blog/consejos-busqueda-activa-de-empleo/26-11-2019>
- Rincon Rojas, E. E., & Valencia Delgado, P. L. (2018). Contexto General sobre el Desempleo Universitario en Colombia, Caso: Egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle periodo 2016 - 2018. Obtenido de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28998/11101100_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Segura, M. (2016). Konpalabra. Obtenido de Qué debe tener una hoja de vida: <https://konpalabra.konradlorenz.edu.co/2016/05/qu%C3%A9-debe-tener-una-buena-hoja-de-vida.html>

