



Universidad de Puerto Rico en Aguadilla
Departamento de Sistemas de Oficina
Internado de Práctica y Seminario

UPR
Universidad de Puerto Rico

Revista Nuestro Reto



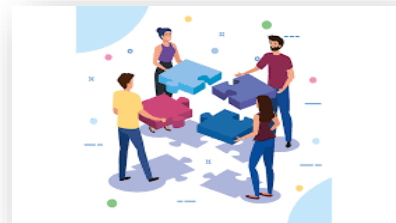
Innovación, profesionalismo y liderazgo

Año 2021 x Volumen 17



Tabla de Contenido

- Integrantes del Seminario de Práctica
- Mensaje de la Coordinadora del Internado de Práctica
Dra. María de los Ángeles Ortiz Barrios
- Acreditación del Departamento de Sistemas de Oficina (ACBSP)
- Discriminación en el área laboral, diversidad, inclusión y una buena comunicación empresarial
Dra. Aida R. Ocasio Pérez
- Relaciones interpersonales en el trabajo
Dra. Mariely Galarza Jiménez
- Big Social Data: Estrategia empresarial como ventaja competitiva
Dr. Edwin E. González Carril
- Lleva en tu mochila personal las habilidades sociales para atender el manejo de conflictos en el escenario laboral
Dra. Ana Cuebas y Prof. Moisés Rodríguez
- Visión Compartida en el Liderazgo
Sr. Alvin Pagán Medina
- La búsqueda de empleo en tiempos de pandemia
Dra. Vivian Orama López
- Asociación Estudiantil de Profesionales Administrativos (AEPA)
- Asociación de Egresados del Departamento de Sistemas de Oficina
- Departamento de Sistemas de Oficina



Integrantes del Seminario de Práctica



Stephanie Pérez Valentín



Lydiana M. Rivera González



Comité de Diseño Gráfico



Abneris J. Badillo Villalba



Ashley M. Aldarondo Maldonado

Integrantes del Seminario de Práctica



Lorelane Núñez Torres



Valeria N. Cardona Arocho



Omaris Hernández López

Comité de Ortografía y Redacción



Adria I. Barreto Alfarro

Mensaje de la Coordinadora del Internado de Práctica

Dra. María de los Ángeles Ortiz Barrios



Queridos/as estudiantes:

Las relaciones interpersonales, llamadas también relaciones humanas son aquellas que se establecen entre al menos dos personas y son parte esencial de la vida en sociedad (Montes, 2016). Pueden realizarse en ámbitos organizacionales o personales, pueden ser formales o informales, estrechas o distantes, antagónicas o cooperativas, individuales o colectivas.

Hoy día, es un reto desarrollarlas, ya que nuestra sociedad está inmersa en una donde las relaciones y la comunicación muchas veces queda a un segundo plano, debido en gran medida a la proliferación y el uso excesivo de la tecnología. De tal manera que, nuestra sociedad ha desarrollado una generación que se caracteriza por seres humanos solitarios, sin habilidad para compartir socialmente y con tendencias al trabajo individual, no grupal. No podemos olvidar que el ser humano está capacitado para vivir en grupo. El hombre necesita compartir, dar y recibir afecto. Por consiguiente, este intercambio se desarrolla a través de las relaciones interpersonales.

El asistente administrativo solicitado por la empresa actual, no solo debe tener una preparación académica completa, que incluya otros idiomas, administración, contabilidad, entre otros. Es sumamente necesario que tenga habilidades interpersonales, liderazgo, capacidad de trabajo en equipo y flexibilidad para adaptarse a los cambios que confrontan a diario las empresas. El asistente administrativo es el centro de la oficina y, por lo tanto, desarrolla un sinnúmero de relaciones interpersonales (relaciones de compañeros de trabajo, de empleado-jefe, con clientes, directores, proveedores, entre otros); habilidades y competencias que no debe descuidar, por el bienestar propio y empresarial. La vida se maneja a través de las relaciones interpersonales (Palacio, 2011); por ende, el poseer estas habilidades propician que podamos comunicarnos de forma efectiva y lograr nuestras metas. A su vez, se genera un ambiente constructivo, ya que a través de ellas se desarrolla un entorno de paz; promueve una buena comunicación, la cual incrementa la productividad (Montes, 2016). Al conseguir este objetivo de tener óptimas relaciones interpersonales, se experimentará; satisfacción, autenticidad, compañerismo y efectividad, entre otras.

Ahora bien, ¿Qué necesitamos para poder desarrollar las relaciones interpersonales de forma exitosa? A continuación, se presentan algunas recomendaciones:

- ◆ Aprender a manejar y controlar las emociones negativas.
- ◆ Propiciar el respeto, comunicarte y actuar con sinceridad.
- ◆ Aceptar las diferencias de las personas.
- ◆ Aprender que no todo debe hacerse a nuestra manera.
- ◆ Cuidar e incentivar la relación el tiempo que sea necesario.
- ◆ Aprender a escuchar.
- ◆ Aprender y desarrollar las reglas de cortesía y etiqueta.
- ◆ Comprender que en las relaciones no somos los únicos participantes, sino, que hay un pareo.

En resumen, al mejorar las relaciones interpersonales en nuestro escenario laboral, las personas se sentirán mejores, interactuando efectivamente con el medio al cual pertenece; fomentando la productividad y el éxito empresarial. De tal modo que, permitirán relaciones favorables basada en la empatía. **A las empresas les interesan las relaciones entre las personas, porque estas representan su recurso más importante.** En consecuencia, los insto a seguir desarrollándose tanto personal como profesionalmente. Mucho éxito en su trayectoria de vida y profesional. Recuerden siempre el siguiente mensaje: ***“La comunicación honesta está construida en la verdad e integridad y en el respeto del uno por el otro” – Benjamín E. Mays.***



Acreditación del Departamento de Sistemas de Oficina (ACBSP)

El Departamento de Sistemas de Oficina de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla cuenta con la acreditación de la ACBSP (*Accreditation Council for Business Schools and Programs*) desde el 2011. La ACBSP es una agencia acreditadora internacional de programas académicos de negocios que reconoce los estándares de excelencia y la misma ha reconocido nuestro programa.

En estos momentos, nos encontramos trabajando arduamente para recibir la visita de los evaluadores de ACBSP quienes volverán a evaluar nuestro Programa. El proceso de reacreditación se estará llevando a cabo durante el mes de septiembre de 2022.

Durante la visita de reacreditación estaremos demostrando el mejoramiento continuo en los procesos de enseñanza-aprendizaje y de fortalecimiento en nuestro currículo. Algunos de los logros obtenidos a través de la acreditación son:

- ◆ Creación de la misión, visión y el código de ética departamental
- ◆ Página web externa de Departamento de Sistemas de Oficina
- ◆ Reglamento interno
- ◆ Revisión curricular
- ◆ Junta Asesora activa y participativa en los procesos académicos
- ◆ Asociación de egresados del Departamento de Sistemas de Oficina
- ◆ Avalúo departamental sistemático
- ◆ Creación de logo y lema departamental: *“Innovación, profesionalismo y liderazgo”*
- ◆ Hemos adoptado una nueva cultura:
- ◆ Avalúo continuo del aprendizaje estudiantil y del programa
- ◆ Identificación de “stakeholders”
- ◆ Propuestas para el desarrollo de nuevos programas
- ◆ Creación de nuevos cursos

- ◆ Mejoramiento continuo de la facultad
- ◆ Evidencia y divulgación de los resultados del avalúo
- ◆ Mantener la acreditación
- ◆ Todos somos un equipo
 - * Dra. Beatriz Guerrero Cabán, Coordinadora de Acreditación
 - * Dra. Vivian Orama López, Coordinadora de Avalúo
 - * Dra. María de los Á Ortiz Barrios, Directora del Departamento de Sistemas de Oficina
 - * Facultad y Personal Administrativo del Departamento de Sistemas Oficina



Discriminación en el Área Laboral, Diversidad, Inclusión y una Buena Comunicación Empresarial

Dra. Aida R. Ocasio Pérez
Catedrática



Según diversos autores, la discriminación laboral es considerada como un trato diferencial hacia algunos trabajadores. En la década de los 50, en Estados Unidos el trato diferencial comenzó a preocupar, a partir de esa fecha fue explicada por un gusto por la discriminación inducido por prejuicio de los patronos hacia los trabajadores (Becker, 1995; Anker 1998; García de Fanellí, 1989). Dichos procesos se fueron igualando con el paso del tiempo en mercados de trabajo esencialmente concebidos como competitivos (Sahota, 1978).

Hoy día existen numerosas leyes y políticas que prohíben el discrimen laboral en los empleos. No obstante, lamentablemente, todavía se ve reflejado en nuestro diario vivir. Las empresas pueden prevenir la discriminación realizando una buena promoción de valores, tales como: la igualdad, el respeto y la tolerancia. De este modo, tendremos a una sociedad realmente igualitaria y democrática donde las diferencias convivan en armonía. Por lo cual, debemos promover la cultura de los derechos humanos y garantizar su protección. Podemos comenzar, desde la escuela, a reducir los prejuicios racistas hasta minimizar el racismo. Formar una fuerza de trabajo que incluyan trabajadores de diversas, culturas, etnia, costumbres, generaciones, entre otros.

Asimismo, el gerente o administrador puede tomar medidas para reconocer, incluir y personalizar los beneficios de contar con una diversidad de

empleados. Crear un ambiente de respeto por las diferentes culturas, razas, entre otros. Además, debe potenciar el cambio cultural, permitir la representación de las minorías en el liderazgo, educar a los trabajadores en el tema y evitar por todos los medios de discriminar a sus empleados. Así como, promover el lenguaje inclusivo, realizar actividades dentro de la empresa donde se integren las diversas culturas, dialogar con los empleados y adiestrarlos en diversidad e inclusión. La diversidad laboral debe estar en la lista de prioridades de todas las empresas.



Por otro lado, podemos mencionar que en todas las empresas deben existir prácticas que ayuden a la integración del personal, gozar de actividades que permitan al empleado estar en contacto, tanto con la parte empresarial, como con el componente espiritual, individual y grupal. El componente espiritual no debe ser visto como una doctrina religiosa, significa estar integrado con el entorno, y por ende con el universo. Dentro de la empresa,

representa tener prácticas que ayuden a esa integración del personal, gozar de actividades que permitan al empleado estar en contacto, tanto con la parte empresarial, como con el componente espiritual, individual y grupal.

Del mismo modo, la espiritualidad bien llevada por la empresa puede ayudar a mejorar el desempeño en la organización, ya que puede motivar al personal a generar espacios virtuosos, a guiarse por valores universales que permiten generar las atmósferas de confianza, compromiso, lealtad y honestidad, entre muchos otros, que requieren las organizaciones el día de hoy.

Hemos visto como todos estos temas se relacionan entre sí y deben ser prioridad en cualquier compañía. Ver, analizar, dar prioridad, entender diferentes puntos de vista, entre otros. De esta forma podemos dar la batalla por erradicar por completo el discrimen empresarial y mantener una comunicación efectiva. Esta es la herramienta básica que la organización puede utilizar para unir a las personas. Para poder lograrlo, la empresa debe utilizar un lenguaje global y que constantemente se nutra de diversas fuentes. Así como, mantener y respetar las políticas y derechos de sus trabajadores. Esto es lo que la llevará a la compañía a convertirse en una empresa competitiva.

Referencias

- Anker, Richard (1998), *Gender and jobs: sex segregation of occupation in the world*, OIT, Ginebra.
- Becker, Gary (1995), "The forces determining discrimination in the marketplace", en Ramón Febrero y Pedro Schwartz (eds.), *The essence of Becker*, Hoover Institution Press, Stanford, pp. 403-415.
- Bell, M. P. (2017). *Diversity in organizations* (3.a ed.). Cengage Learning.
- García de Fanellí, Ana Ma. (1989), "Patrones de desigualdad social en la sociedad moderna: una revisión de la literatura sobre discriminación ocupacional y salarial por género", *Desarrollo Económico*, 29 (114), IDES, Buenos Aires, pp. 239-264.
- Sahota, Gian Singh (1978), "Theories of personal income distribution: a survey", *Journal of Economic Literature*, vol. 56, American Economic Association, Pittsburgh, pp. 1-55.
- Sharma, R. K. (2019). *Managing diversity at workplace*. Society Publishing.



Relaciones Interpersonales en el Trabajo

*Dra. Mariely Galarza Jiménez
Catedrática Auxiliar*



Una de las destrezas personales más importante que pretendemos desarrollar en nuestros estudiantes del Departamento de Sistemas de Oficina, lo es, las buenas relaciones interpersonales. Las relaciones interpersonales, tal y como la definen en la página web abc.com (2006) “son las diversas maneras de interacción entre las personas” (párr. 1). Así que, todo ser humano tiene que relacionarse con otras personas. Independientemente del lugar de trabajo, profesión o negocio al que se dedique va a necesitar el relacionarse con otros. Por esto, en la página web abc.com (2006) se presentan unos aspectos que contemplan lo que son las relaciones interpersonales, a saber: la habilidad para comunicarse, el escuchar, la solución de conflictos y la expresión auténtica de la persona.

Personalmente, le puedo contar muchas anécdotas que me han enseñado y desarrollado mis destrezas de relaciones interpersonales. El primer aspecto que menciona la página web abc.com (2006) sobre la habilidad de comunicarse, es sumamente importante para poder entender primero y luego reaccionar a lo que las demás personas nos quieren comunicar. Así que, les podría decir que he aprendido a detenerme de hablar y expresarme y brindarle la oportunidad a la otra persona de que hable primero, entonces, yo dedicarme a escuchar con detenimiento para luego poder responderle.

Por esto, el segundo de los aspectos que menciona la página web abc.com (2006), el escuchar, va de la mano de la habilidad para comunicarse.

El tercero de los aspectos que contemplan en la página web abc.com (2006) es la solución de conflictos. Es normal que surjan conflictos cuando se trabaja con otras personas que tienen distintas personalidades, distintos intereses y distintas prioridades en la vida. Así que se pueden ver estos conflictos en las relaciones humanas, en el trabajo, con nuestros amigos y hasta con nuestros familiares. Para esto, les aconsejo el tratar mis dos elementos esenciales para trabajar en equipo, el respeto y la amabilidad. Tratar siempre de tener presente el respeto por las demás personas, independientemente de las diferencias que puedan surgir. Entonces, la amabilidad tenerla siempre presente y máxime al momento de resolver cualquier conflicto.



En cuanto al cuarto aspecto que mencionan en la página web abc.com (2006) sobre la expresión honesta y auténtica, podría decir que debemos aceptar a las personas tal y como son. Brindarle la oportunidad a los demás a que se expresen de manera honesta y nosotros también ser honestos en todo momento. Ahora bien, si hay algo que nos incomoda, intentemos dialogar todo el tiempo con respeto y amabilidad, así como, siguiendo el consejo que menciona abc.com (2006) de “reprochar o criticar la acción o los resultados y no la persona” (párr.5).

Añadiría un quinto aspecto para mantener unas buenas relaciones interpersonales y este sería el no guardar rencor. El rencor es un sentimiento dañino y a quien más afecta es a uno mismo. He aprendido a que, a pesar de que alguna persona te haya hecho sentir mal en algún momento o pienses que te ha fallado, no debemos cargar con ese sentimiento tan dañino del rencor. En las relaciones interpersonales no debe haber espacio para el rencor. Les podría recomendar el pedir disculpas, si la falla ha sido de nuestra parte y a pasar la página y comenzar de nuevo si alguien nos ha fallado. Además, sería conveniente tratar a las demás personas como nos gustaría que nos trataran a nosotros, esa es una gran clave.

Por último, pero no menos importante, está el construir las relaciones interpersonales diariamente. Procura saludar siempre que llegas, disculparte si has cometido un error, perdonar y, sobre todo, aprender a alabar y felicitar a todo aquel que haya logrado algo. También, comentar siempre lo positivo, ya sea en un mensaje o en las redes sociales, esto ayudará mucho con nuestras relaciones interpersonales.

Cónsono con esto, Carnegie, 1963 (como se cita en Dalton, Hoyle y Watts, 2007) presenta las siguientes directrices para las relaciones humanas:

- “Muestre interés por la gente
- Sonría
- Use el nombre de pila del interlocutor
- Escuche atentamente
- Trate temas de interés para su interlocutor
- Hágalo sentirse importante” (p. 3).

En fin, he aprendido que las relaciones interpersonales como otros aspectos de nuestra profesión los debemos fundamentar con el método heurístico de ensayo y error. Con esto quiero decir que, cada día vamos a enfrentar situaciones con otras personas y vamos a cometer errores, pero de esos errores aprendemos y volvemos a intentar hacer las cosas de otra manera. Ponerse en mente el aprender de los errores, mejorar en los aspectos que estemos fallando y practicar frecuentemente todos y cada uno de los aspectos que contemplan las relaciones humanas y las sugerencias brindadas en este artículo.



Referencias

- Abc.com. (2006, 21 de julio). Las Relaciones Interpersonales. <https://www.abc.com.py/articulos/las-relaciones-interpersonales-918618.html>
- Dalton, M., Hoyle, D. & Watts, M. (2007). Relaciones Humanas, 3ra ed. Thomson, South-Western.

Big Social Data: Estrategia Empresarial como Ventaja Competitiva

Dr. Edwin E. González Carril
Catedrático Auxiliar



La proliferación de equipos tecnológicos y el crecimiento exponencial de los datos que generan los usuarios a través de las redes sociales hace que este tema se vuelva objeto de estudio para investigadores (Martínez-Martínez, & Lara-Navarra, 2014). El dispositivo tecnológico de comunicación provoca que los usuarios aporten cada vez más datos en las redes sociales, creando una cantidad considerable de información en las comunidades virtuales que las empresas podrían analizar y sacar provecho (Rossou, 2012).



Este escenario hace que las empresas se vean afectadas a raíz del gran volumen de datos y la velocidad con la que se están generando (Sage.es, 2015). Además, el análisis de dichos datos está creando un gran reto para las empresas, ya que la mayoría no son estructurados y las herramientas de Business Intelligence (BI) no tienen la capacidad de solucionar efectivamente (Tascón, 2013), por lo que las organizaciones podrían estar descartando datos que sean de gran valor para ellas.

Las redes sociales y la generación de datos

Mitchell (1969) y Freeman (1992) definen las redes sociales como un conjunto bien delimitado de actores, ya sean individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, entre otros; que están vinculados unos con otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Para el año 2021, las principales aplicaciones de medios sociales con mayor cantidad de usuarios activos mensualmente fueron: Facebook con 2.7, YouTube con 2.3 y WhatsApp con 2 billones de usuarios (Kemp, 2021). Esto representa un aumento de 4.20 billones de usuarios más que en 2019 interactuando más con las redes sociales. Estas personas generan cada segundo grandes cantidades de datos en la Internet. Según una infografía de la compañía Zerofox.com (2015), diariamente se realizan cerca de 4.5 billones de likes y cada segundo cinco nuevos perfiles en Facebook. Mientras, diariamente se realizan aproximadamente 500 millones de tweets y cerca de 1.5 billones de fotos subidas en Google+ cada semana.

Los datos que provienen de los medios sociales y de los dispositivos de comunicación representan nuevas y grandes fuentes de información que las empresas pueden aprovechar para rediseñar sus negocios,

permitiéndole generar ventaja competitiva en el mercado. Las interacciones entre las personas en los medios sociales permiten a las empresas de los diferentes sectores obtener información sobre el comportamiento que llevan a cabo los clientes (Sage.es, 2015). Por ejemplo, si una foto de un estilo de gafas, de un lugar turístico, una comida de un restaurante o un modelo de carro recibe cientos de miles de likes, o se comparte miles de veces, de seguro esos datos están revelando alguna tendencia en particular en los gustos y preferencias de las personas.



El Big Data y las redes sociales

Hoy día, existen más de un centenar de redes sociales. Según Kemp (2021), 4.20 billones de usuarios utilizan activamente las redes sociales, los cuales generan gran cantidad de datos compartiendo sus mensajes, fotos, vídeos, likes. SumoCoupon, presenta una infografía que resume lo que hacen millones de usuarios a través de los medios sociales en tan solo un minuto. Los datos arrojan que los usuarios suben casi 250 mil fotos, realizan más de 3 millones de actualizaciones, envían más de 150 mil mensajes, indican más de 15 millones de páginas visitadas y compartidas con likes, entre otros detalles (Lafferty, J., 2014).

Debido a la gran cantidad de datos que se están generando a través de las redes sociales, es necesaria una tecnología emergente que permita extraer la información que se está dejando a un lado y sacar provecho de esta. El concepto Big Data promete ser la solución para esta situación, ya que hace referencia a los procesos por los cuales se recopila y analiza grandes cantidades de datos, de forma estructurada y no estructurada, procedentes de diversas fuentes y tomando como atributo el volumen, velocidad, variedad y el valor (Zaslavsky, Perera, Georgakopoulos, 2012).

La combinación de estos dos conceptos Social Media y el Big Data dieron origen a lo que se conoce en la literatura como Big Social Data, propuesto Manovich (2012). En términos generales, este consiste en la monitorización y medición de los datos que circulan por las redes de la empresa. El Big Social Data se compone de dos partes principales: el primero hace referencia a los datos generados a partir de los sitios de redes sociales, y el segundo se enfoca en el análisis sofisticado de los datos generados, que en la mayoría de los casos, se realiza en tiempo real (real time). Esto hace que los medios sociales cobren alta importancia e interés en los investigadores.

Hobbs 2014, indica que el valor del análisis del Big Social Data se está observando en el interés de los investigadores y también en la utilidad para comprender el pensamiento y actuación de las personas, mejorar los procesos que llevan a la toma de decisiones y dirigir de forma eficaz productos y servicios. Todo esto, le ofrece una amplia oportunidad a las empresas para recopilar información al instante que puedan utilizarla como

herramienta para la construcción de ventajas competitivas en su organización.



El Big Data y el monitoreo: casos de protección de la marca

Cuando se analizan los datos en real time, les brinda a las empresas la oportunidad de seguir pensamientos, opiniones, ideas, sentimientos de las personas (Manovich, 2012), permitiéndoles llegar más directamente y satisfacer las necesidades de sus clientes que, de otra forma, podrían pasar por desapercibidas. Según Kim et al. (2013), el Big Data se destaca hoy día como la nueva capacidad para conducir el valor del negocio.

El hecho de que las empresas puedan obtener la información al momento (real time) a través de los medios sociales es algo de suma importancia. Esto les permitiría crear campañas de mercadeo inteligentes dirigidas a ciertos perfiles de clientes, logrando identificar clusters, desarrollar estrategias innovadoras para realizar los negocios. También, les permitiría detectar fraudes y monitorear su marca para conocer de lo que se está hablando de ellas.



Las empresas pueden ser igual de vulnerables que los seres humanos en los medios sociales. Es por esto que deben utilizar mecanismos de monitoreo para poder tomar acción inmediata en caso de que se difunda alguna información perjudicial para la empresa. Por ejemplo, en abril de 2009, dos empleados de la compañía Domino's Pizza publicaron un vídeo a través de la plataforma YouTube, donde realizaron acciones desagradables en la elaboración de los alimentos (TodayNow.com, 2012). La compañía tardó demasiado en darse cuenta del suceso y el vídeo obtuvo más de un millón de vistas dentro de las primeras 24 horas. Esto le costó pérdidas millonarias y afectó significativamente la imagen la compañía.

Otro caso similar surgió en marzo de 2010, donde la organización ambientalista GreenPeace lanzó una campaña en contra de la compañía Nestlé a través de YouTube, Twitter y Facebook. Esta motivación fue debido a que uno de sus suplidores les proveía para la elaboración de sus productos un aceite de palmas que obtenían destruyendo los bosques de Indonesia y, por ende, el hábitat de los Orangutanes. GreenPeace hizo que Nestlé rompiera las relaciones con el proveedor del aceite de palma. Además, afectó las acciones de la compañía y su reputación a nivel mundial.

Ambos casos pudieron minimizar los daños ocasionados si hubiesen utilizado Big Social Data. De esta manera, podría haber monitoreado su marca y detener a tiempo cualquier situación que se difunde por los medios sociales y que afectara la imagen y marca de su empresa.

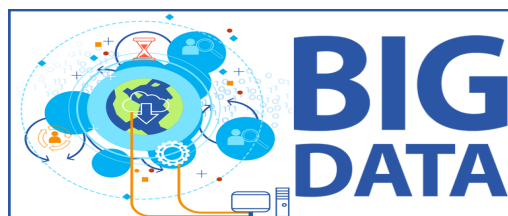
De acuerdo con un estudio realizado por Cisco, entre el 2011 y el 2016, la cantidad de tráfico de datos móviles crecerá a una tasa anual de 78%. Mientras que el número de dispositivos móviles conectados a la Internet excederá el número de habitantes en el planeta (Cisco.com, 2014). Además, se estima que el tráfico de los datos a través de la nube de dispositivos electrónicos (nube móvil), representará el 71% (7.6 exabytes) por mes del total del tráfico de datos móviles para el año 2016; en comparación con el 45% (269 petabytes) por mes alcanzados en el año 2011.

Big Data promete ser la solución para este problema. Esto debido a que hace referencia a los procesos por los cuales se obtiene y se analizan amplios volúmenes de datos estructurados y no estructurados, sin importar la fuente original donde fueron generados (Martínez & Lara, 2014). Promete ser una solución al gran volumen de datos que no se está utilizando hasta el momento en las empresas. Además, crea las competencias y otros retos en el proceso de análisis con el fin de apoyar un nivel de toma de decisiones más preciso y oportuno (Monroy, 2013).



De acuerdo con Kim. et al. (2013), el desafío al que se enfrentan los negocios seguirá consistiendo en la comprensión y la extracción de información útil de las fuentes de datos complejas y no estructuradas. Los análisis sobre el sentimiento a través de las redes sociales, es un ejemplo del reto que tienen las empresas para la interpretación de esta información no

estructurado. Además, las compañías deben evaluar cuidadosamente la información que fluyen a través de estos medios, pues muchas compañías cuestionan la credibilidad de dichos datos, lo cual sería oportunidad para futuras investigaciones.



Finalmente, el concepto de Big Data está todavía en sus primeros inicios y aún falta mucho por descubrir e investigar en este campo. Más aún, la combinación con los medios sociales presenta una particular complejidad que proviene gracias a las interacciones realizadas los usuarios entre ellos, utilizando diferentes tipos de dispositivos y también los propios dispositivos conectándose entre sí (Martínez-Martínez, & Lara-Navarra, 2014). Esto permite altos retos para las empresas, a la vez que le brinda una alta fuente de información.

Referencias

Cisco.com. (2014, mayo 1). Índice de Pronóstico de Red Visual de Cisco Proyecta que el Tráfico de Datos de Internet Móvil Global Crecerá 18 Veces entre los Años 2011 a 2016 . Retrieved from <http://globalnewsroom.cisco.com: http://globalnewsroom.cisco.com/es/la/press-releases/indice-de-pronostico-de-red-visual-de-cisco-proyec-nasdaq-csco-0851825>

Freeman, Linton C. (1992) "Filling in the Blanks: A Theory of Cognitive Categories and the Structure of Social Affiliation." *Social Psychology Quarterly* 55: 118-127.

GreenPeace. (marzo 2010). Greenpeace denuncia la relación de Nestlé con la deforestación en Indonesia. Obtenido de <http://www.greenpeace.org>: <http://www.greenpeace.org/espana/es/news/2010/November/100318-02/>

Hobbs, Abbi (2014). "Social media and big data". *POSTnote*, n. 460, March. Houses of Parliament. Parliamentary Office of Science & Technology. <http://www.parliament.uk/briefing-papers/POST-PN-460/social-media-and-bg-data>

Kemp, S. (marzo 2021). *Datereportal. Digital 2021: Global Overview Report*. <https://datereportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Kim, H. J., Pelaez, A., & Winston, E. R. (2013). *EXPERIENCING BIG DATA ANALYTICS: ANALYZING SOCIAL MEDIA DATA IN FINANCIAL SECTOR AS A CASE STUDY*. *Proceedings For The Northeast Region Decision Sciences Institute (NEDSI)*, 62-69.

Lafferty, J. (2014, enero 9). *Infographic: What happens in a Facebook minute?* Retrieved from *Adweek.com*: <http://www.adweek.com/socialtimes/infographic-what-happens-in-a-facebook-minute-2/299587?red=if>

Manovich, L. (2012). "Trending: the promises and the challenges of big social data". En: Gold, Matthew (Ed.). *Debates in the digital humanities*, Minneapolis: U.

Minnesota Press, pp. 460-475. ISBN: 978 0 8166 7795 5

Martínez-Martínez, S., & Lara-Navarra, P. (2014). El big data transforma la interpretación de los medios sociales. *El profesional de la información*, 23(6), 575-581.

Mitchell, J. C. (Ed.). (1969). *Social networks in urban situations: analyses of*



personal relationships in Central African towns. Manchester University Press.

Monroy, J. M. V. (2013). *Big Data: las oportunidades profesionales que vienen*. *Bit*, (193), 53-55.

Rossou, L. (2012). *Big Data-grandes oportunidades*. *Gen Re-Risk Insights*, 16 (2).

Sage.es (2015). *Big Data para pymes*. Sage, 9 00(878), 902.

Tascón, M. (2013). *Introducción: Big Data. Pasado, presente y futuro*. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (95), 47-50.

TodayNow.com. (agosto 2012). *Dominoes Pizza*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=WAYRWc1B60Q>

Lleva en tu Mochila Personal las Habilidades Sociales para Atender el Manejo de Conflictos en el Escenario Laboral



*Dra. Ana Cuebas Irizarry
MLS. MPA, EdD- Gerencia y
Liderazgo Educativo*



*Prof. Moisés Rodríguez Saldaña
MIS- Ciencias y IT's de la Información*

Los autores de trascendencia en el campo de la Inteligencia Emocional (IE) tales como: Justin Bariso, Peter Senge y Howard Gardner se han manifestado con respecto a conceptos inherentes a la IE, entre ellos: manejo de conflictos, liderazgo, catalizador de cambios, colaboración y cooperación, habilidades de equipo y establecer vínculos. Daniel Goleman, doctorado de Harvard University y prominente escritor para el periódico The New York Times, publicó en el 1995 su libro Inteligencia emocional, a partir de esa fecha se han proliferado las investigaciones, los artículos de revistas profesionales y nuevos libros con ese tema. Esto es lo que ha permitido ir ampliando y desarrollando nuevos conceptos en los diferentes saberes, como, por ejemplo, en las áreas de administración, campo laboral y de educación.



En este trabajo le daremos especial atención al manejo de conflictos que es una de las áreas, dentro del abanico de las habilidades sociales que comprenden la Inteligencia Emocional (IE). Goldman (1995), define las habilidades sociales como una de las aptitudes sociales de la IE que comprende, entre otros, el conjunto de habilidades para inducir en los otros las respuestas deseadas. El autor representa la inteligencia emocional en dos dimensiones. El nivel de empatía y el nivel de habilidades sociales. Estas a su vez incluyen lo siguiente: **Influenciar**- aplicar tácticas para la persuasión, **Comunicación**- ser capaz de escuchar abiertamente, transmitir mensajes claros y convincentes. Mientras, que el **Manejo de Conflictos** se refiere a negociar y resolver desacuerdos y el **Liderazgo**- inspirar y guiar a grupos e individuos. De igual manera, **Catalizador de Cambio**- el que tiene estas características tiene la aptitud de iniciar y mejorar el cambio y **Establecer Vínculos** dirigidos a fomentar, **Colaboración y Cooperación** al trabajar con estas cualidades y, por último, **Habilidades de**

trabajo en equipo- que es el asunto puntual que requiere la atención y práctica de las habilidades antes mencionadas para que no surjan más conflictos como indica Redorta (2012). **Redorta (2012) señala que la inteligencia social puede ser el capital intangible más importante** que se pueda tener, ya que representa la suma de todas las relaciones. Además, postula que la importancia de la evaluación emocional y que las personas implicadas en un conflicto deben saber actuar adecuadamente con sus emociones, con las relaciones ajenas y dominar adecuadamente las propias.



López, Pulido y Augusto (2013), sustentan que la inteligencia emocional es un constructo de gran interés en el ámbito laboral. Enríquez, Martínez y Guevara (2015) postulan que la Inteligencia Emocional privilegia la capacidad del individuo para conocerse a sí mismo, comprender a los otros y regular las emociones. De tal manera, estén al servicio de su proyecto de vida y en el terreno laboral, permitan encontrar la productividad y el rendimiento, al mismo tiempo que la satisfacción y la realización personal.

Se puede concluir, que las emociones juegan un papel fundamental en nuestras reacciones y ante situaciones que se nos presentan, es decir no podemos desvincularnos de lo que sentimos, es

primordial tener conocimiento sobre ellas para aceptarlas a los fines que resulten beneficiosas para el individuo y la organización.

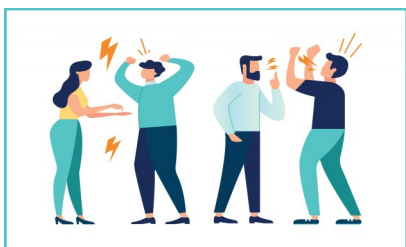
Acosta Vera (2017), argumenta que la inteligencia emocional supone un manejo hábil y simultáneo de razón y emoción. Señala además que es la capacidad de manejar, entender y seleccionar las emociones. También indica, la importancia que tiene el comunicarnos con el mundo que nos rodea y se reafirma en que debemos aprender a escuchar, no solo el mensaje, sino toda la emoción que va unida a ese mensaje. No obstante, cuando se expresa con respecto al conflicto, advierte que este se transforma en un problema cuando le resta energía al trabajo y baja la productividad. Se refiere a que el personal pierde el tiempo, especialmente en problemas que hacen que los grupos se dividan. De igual manera destruyen la moral y los grupos se pueden sentir frustrados si no ven una solución a corto plazo, o si no los toman en cuenta. Polariza a los grupos, genera violencia entre los miembros de los mismos grupos si el conflicto se intensifica y por último produce estrés.

Acercamiento a las habilidades sociales: Manejo de Conflictos

La etimología de la palabra conflicto proviene del latín en conflictus, asociado al verbo confligere, que remite a confligir, que comprende la idea de encuentro, combate, lucha, pelea, golpe o choque, de modo tal que se anuncia una colisión a partir de la oposición de posturas. En las relaciones laborales, conflicto que enfrenta a los

trabajadores, a través de sus representantes, con los empresarios. Afecta a una empresa o a un sector económico y su resolución tiene efectos generales (Diccionario de la Real Academia Española, 2021).

Vinyamata (2014), define el conflicto como el compendio de conocimientos científicos racionales y circunstanciales sobre los conflictos y sus causas, así como de las habilidades técnicas y procedimientos de todo tipo de tratamiento y transformación de los conflictos, crisis y procesos de cambio. Esto es, el conflicto está presente en el diario vivir y más aún en el escenario laboral. Es por ello, que es importante que como entes sociales que somos, tengamos las destrezas y capacidades necesarias para manejar exitosamente los conflictos.



Según Acosta Vera (2017) el conflicto aparece cuando dos personas o grupos tienen objetivos incompatibles y uno de los grupos cree que el otro impide el logro de los propios objetivos. Los conflictos pueden ser personales, interpersonales, intragrupal y intergrupales.

Es un escenario dado entre dos o más partes que no logran llegar a un acuerdo al respecto de un tema o hecho que tiene un grado de impacto dinámico según la perspectiva de cada uno. Esto puede ocurrir en la intimidad del seno

familiar o entre dos naciones, alcanzando consecuencias que pueden ser difíciles de estimar y calcular, y sobre lo cual intervienen numerosos intereses y factores. Al igual que el conflicto involucra pensamiento y acción de los involucrados.

Se ha identificado que el conflicto se puede dar en cuatro niveles

- Intrapersonal el que experimenta la persona consigo misma
- Interpersonal entre dos o más personas
- A nivel intergrupales al interior de un grupo
- A nivel intergrupales entre dos o más grupos

Criterio	Consideración de mejora
Mala comunicación	Escuchar con atención a la otra persona.
Intereses diferentes del trabajo en equipo	Se debe estar con conocimiento de la efectividad.
Choque de personalidades	Entender el concepto de que todos somos seres únicos, si todos somos diferentes y si no nos aceptamos, es campo fértil para producirse los conflictos.
Identificar puntos de acuerdo	Se reconocen cuáles son las desavenencias y desacuerdos para adelantar en el proceso del manejo del conflicto.
Priorizar las áreas de conflicto	Establecer orden de prioridad de atención para ir adelantando el proceso.

Porqué surgen los conflictos

En la siguiente tabla se incluyen los criterios que inciden en los conflictos y a la vez se mencionan los aspectos que pueden contribuir a mejorar o solucionar el conflicto.

(Cuebas, 2008) en su cuestionario de Inteligencia Emocional para Educadores presenta los criterios que pueden contribuir en la introspección cuando se confronta a un conflicto. Esto criterios contribuyen de una manera especial a repensarse en situaciones de conflicto.

- Empleo mecanismos para fomentar el diálogo continuo y permanente
- Manejo con diplomacia y tacto las situaciones tensas que se generan con las personas difíciles
- Detecto los potenciales conflictos y ayudo a reducirlos
- Promuevo el debate y la discusión franca
- Asumo el papel de medidor y negociador ante los conflictos o problemas que surgen
- Propicio soluciones que beneficien a todos
- Ayudo a promover entre mis compañeros a reducir los conflictos que surgen



Rivera Cardona (2021) en un reciente artículo periodístico expone con respecto al manejo de conflictos que el costo de ignorar un conflicto es causante de pérdidas millonarias en el sector empresarial. Es por ello, que el éxito

en las empresas redunda en el manejo efectivo del conflicto. En resumen, cuando surgen los conflictos se hace necesario enfrentarlos con prontitud, saber escuchar, establecer vínculos de una comunicación efectiva, proveer espacios para que los empleados puedan entre ellos entender las situaciones y resolverlas proactivamente de tal manera que se evite el “Síndrome de Avestruz”.

En todo tiempo y en cualquier tipo de escenario laboral se presentarán situaciones no del agrado entre las partes. Por consiguiente, se hace inminente que llevemos en nuestra mochila personal, las herramientas que provee la inteligencia emocional, que han demostrado su efectividad.

Finalmente, la expresión que toma vigencia en todo momento fue enunciada por el filósofo Emerson: “la confianza en uno mismo es el principal secreto del éxito”.



La recomendación final es que lleves en tu mochila personal las habilidades sociales que te facilitan el logro hacia al éxito en las ejecutorias o desempeño laboral. La superación está en cada uno, practicar con singularidad el uso y manejo de estas habilidades sociales las cuales propician a trabajar en equipos de excelencia y poder lidiar en ambientes tóxicos, de ser efectivos hacia el logro de las metas empresariales y de igual manera hacia el éxito y la satisfacción laboral y personal. Al final de tu jornada te vas a sentir valorizado.

Referencias

Acosta, J. (2011). *Como tratar con personas conflictivas: Guía para reducir el estrés y mejorar las relaciones interpersonales*. Profit Editorial.

Acosta Vera, J. (2017). *Negociar: Cómo satisfacer a ambas partes*. ESIC Editorial.

Cuebas, A. (2008). *Dimensiones de la empatía y las habilidades sociales de la inteligencia emocional y la eficiencia y efectividad de los directores de escuela intermedias, superiores acreditadas por el Consejo General de Educación de Puerto Rico, y en mejoramiento escolar de la Región Educativa de Ponce, según la percepción de maestros y directores* [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Interamericana - Recinto de San Germán.

Enríquez E, Martínez J. Guevara L. *Relación de la inteligencia emocional con el desempeño laboral*. Ciencia & Salud. 2015; 3(11):41-46

Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. Bantam Books, Inc.

López, E., Pulido, M. y Augusto, J. (2013). *Inteligencia Emocional en el trabajo*. Editorial Síntesis, SA.

Real Academia Española. (2021, octubre 04). *Conflicto (Definición de concepto)*. [tps://dle.rae.es/conflicto](https://dle.rae.es/conflicto)

Redorta, J. (2012). *No más conflicto: Cómo resolver tensiones, diferencias y problemas en as organizaciones*. Espasa Libros.

Vinyamata, E. (2014). *Conflictología: Curso de resolución de conflictos*. Editorial Ariel.



Visión Compartida en el Liderazgo

Sr. Alvin Pagán Medina
Asistente Administrativo



Cuando pensamos en lo que es un líder podemos enfatizar su estructura, comportamiento profesional y su visión hacia el futuro, pues, todo líder tiene que desarrollar unas capacidades particulares de acuerdo con su enfoque a alcanzar. Un líder tiene que influir de tal forma en su equipo de trabajo para lograr con excelencia las metas a realizar. La visión de un líder puede ser alcanzada cuando todos los integrantes de la organización y no únicamente algunos miembros trabajan en conjunto, con unas metas, un fin claro y compartido por todos.

El líder nace dentro del carácter del ser humano y se irradia hacia las demás personas con quien trabaja. El ser líder va más allá de tener una fórmula, sino también es una transformación interna que tiene como resultado una influencia que marca a otros seres humanos a nivel de lealtad profunda a largo plazo. Un líder también debe tener la capacidad de tomar iniciativa con ideas innovadoras para lograr cada objetivo, siendo siempre competitivos y sobre todo interacciones con el ambiente.

Estas funciones son sumamente importantes para las organizaciones con grandes intenciones de mejorar y mantenerse vigentes ofreciendo lo mejor y con gran calidad. la comprensión de

visión es como una imagen poderosa fuerza que impulsa la acción con sentido. Para entender en profundidad el efecto de la visión en la vida de una organización, la comprensión de futuro también juega un rol clave (Börjeson et al. 2006).

En adición, un líder debe elaborar una visión apropiada de sí misma, de los tipos de relación que desean mantener con su equipo de trabajo como así mismo, debe ser conscientes de cómo van a satisfacer las necesidades y preferencias, de cómo alcanzarán sus objetivos organizacionales, de sus ventajas y desventaja. El objetivo principal del artículo será el de reflexionar acerca de la importancia de una visión compartida como generadora del direccionamiento deseado por las organizaciones desde un abordaje teórico.



La visión compartida tiene muchos elementos y funciones en un contexto organizacional, dentro de este contexto es necesario conocer su función y significado. La visión es una imagen del futuro que se desea en una forma atractiva, compartida y realista, no se refiere que cada una de las personas serán iguales, sino que cada persona la pueda ver distinta y única, pero al final representa la visión compartida de algo que todos querrán alcanzar. La actitud del líder genera influencia en sus seguidores, es el principal responsable del éxito o fracaso de ellos, que son los responsables de ayudar al cumplimiento de las metas empresariales (Moran, 2007).



En aportación adicional sobre el aspecto que puede aportar para el logro de la visión de un líder es prestar atención a las relaciones interpersonales, de esta manera mantiene su equipo de trabajo comprometido y conectado, resaltando la importancia que el proyecto es de todo el grupo. Esta es una manera que todos se sienta vinculado con un objetivo común, más amplio y por encima de los objetivos individuales, sintiendo que sus opiniones son tenidas en cuenta y que están contribuyendo a un fin relevante y exitoso. En un principio las investigaciones del liderazgo eran realizadas desde una perspectiva individual. Sin embargo, en el presente, el estudio del liderazgo se enfoca no solo en el líder, sino también en los seguidores. El liderazgo ya no es descrito

únicamente como una característica individual, sino más bien como una dinámica global, compleja y social estratégica (Avolio, Walumbwa & Weber, 2009).

Un paso importante para la visión compartida es que el equipo de trabajo comience a trabajar en conjunto, esto alienta a la innovación a pesar de los riesgos que esta implica. Un líder siempre debe estar pendiente en mantener una actitud abierta para poder completar la visión con las aportaciones de otros miembros, de manera que, sin sacrificar la visión global inicial y también que sea viable al contar con el compromiso de personas cuyo punto de vista difiera en algo de esta visión inicial, dado que la visión no se debe imponer para que sea compartida debe ser dialogada. En un principio las investigaciones del liderazgo eran realizadas desde una perspectiva individual. Sin embargo, en el presente, el estudio del liderazgo se enfoca no solo en el líder, sino también en los seguidores, entorno, cultura y contexto. El liderazgo ya no es descrito únicamente como una característica individual, sino más bien como una dinámica global, compleja y social estratégica (Avolio, Walumbwa & Weber, 2009).



Según estudiosos de la materia, estos indican que la visión compartida tiene un significado profundo y estos son:

1. Los líderes deben centrar su atención no en la expansión de la visión si no en las reacciones naturales que se pueden generar, como el temor alrededor de esta nueva idea y tendrán que ir indagando si la gente va con ellos, es decir, si la comparten y lo siguen. Estos líderes tendrán que aprender a escuchar, conversar, alentar y encauzar iniciativas entusiastas de sus empleados sin sofocarlas y olvidarse de controlar y evaluar gente (Senge).
2. La visión compartida deber ser un proceso de alistamiento, siendo este, un proceso de transformación en parte de algo por elección propia y también por compromiso ya que en este no sólo se estará listo, sino también se sentirá responsable de alcanzarlo. En muchas organizaciones nos podremos encontrar con gente en un estado de acatamiento que son los que generalmente harán lo que se espera de ellos y si apoyan la visión no será en su totalidad (Keifer).

La visión compartida de una forma u otra influye en gran manera el direccionamiento de las organizaciones. La visión y la comunicación de un líder efectivo genera una imagen mental, clara y positiva que refleje confianza hacia su equipo de trabajo. Es una forma de crear orgullo, energía y sentimiento de cumplimiento, que motiva y sobre todo encaja con la historia, la cultura y los valores de la organización. Arellano (2008), en su ensayo La Estrategia de Comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones, sostiene que la comunicación

de la filosofía de la organización contribuye al desarrollo de una cultura laboral que integra tanto a los directivos como a los empleados y obreros, y difunde un código de actitudes más homogéneo, más uniforme, pero con principios muy firmes de libertad y decisión.



Dentro de la visión comparativa, la comunicación debe ser efectiva: Llacuna y Pujol (2008), establecieron que para lograr una comunicación efectiva se deben considerar, entre otros, los siguientes elementos:

- Claridad- La comunicación debe ser clara, para ello el lenguaje (código) que se exprese y la manera de transmitirla (canal), deben ser accesibles y entendibles para quien va dirigida. La claridad implica la utilización de términos sencillos que no pretendan ser, ni técnicos, ni sofisticados.
- Integración- La comunicación debe estar enfocada a servir como lazo integrador entre los miembros de la empresa, para lograr la cooperación necesaria para la realización de objetivos.
- Aprovechamiento de la organización informal- La comunicación es más efectiva cuando la administración utiliza la

organización informal para suplir canales de información formal. Esto no quiere decir que deba sustituirse la comunicación informal sino más bien aprovechar al máximo los beneficios que pudieran obtenerse por su flexibilidad.

- Equilibrio- Todo plan de acción debe acompañarse del plan de comunicación para quienes intervienen. Más adelante veremos cómo es importante conjuntar todos estos elementos en la gestión estratégica de la comunicación.
- Moderación. Estrictamente necesaria y concisa posible.
- Evaluación. Los sistemas y canales de comunicación deben revisarse en forma periódica. Recordemos que el entorno globalizado y la diversidad laboral y cultural exigen constantes readecuaciones y la comunicación no es la excepción.



Es necesario que el líder conozca los requisitos y las barreras para una comunicación eficiente, esto le permitirá establecer programas estratégicos adecuados de comunicación, logrando que el mensaje llegue en la forma adecuada y que el objetivo de integración se cumpla, logrando unificar los esfuerzos de la organización hacia el cumplimiento de los objetivos institucionales. Conocer y analizar los requisitos para una

comunicación eficiente se hace necesario conocer también que existen obstáculos que impiden la eficiencia en la comunicación tales como: barreras psicológicas, como son valores, emociones, percepciones; barreras físicas como el ruido; barreras semánticas, por los significados de las palabras y otras barreras como interpretaciones, rotulaciones, no escuchar (Llacuna y Pujol, 2008).

Como notamos, cada líder tiene una forma de trabajar de acuerdo con su formación y estructura, pero es de suma importancia recalcar que no equivale a una distribución el ser líder desigual de poder y aunque sea el líder el que tenga la última palabra, es el trabajo en equipo el que queda los mejores resultados. En pocas palabras la importancia de una buena decisión de un líder con su equipo de trabajo es la pieza clave para la supervivencia de toda organización. Existen unas bases de estándares que todo tipo de líder debe tener y estas son: desarrollar una mentalidad adaptativa, tener visión y cumplirla en un tiempo determinado.

El abrazar una mentalidad de la abundancia, pues un líder no puede estar cerrado a nuevas ideas. El anticipar y crear cambios favorables, el ser consciente de sí mismo para tener presente los límites y capacidades, de crear una red colaborativa para alcanzar cambios y metas, el comunicar y rectificar constancia y el diseñar para el futuro. Para concluir la visión de un líder debe ser compartida y requiere que esté claramente definida, que haya declarado y comunicado con su equipo de trabajo, para que todos colaboren su consecución, que no

sea impuesta, sino que se haya buscado el compromiso, recogiendo y reflejando las opiniones de quienes deben compartirla, estimulando el talento de compañeros y orientarlo hacia el objetivo común. bien una fuerza inspirada en una idea que motivará a los miembros de la organización a actuar, esta conclusión, tal vez, puede parecer sencilla, pero en realidad, es algo que necesita de mucho trabajo, va más allá de imponer una visión por parte del líder de la organización, pues se dice que el efecto no es el deseado al hacerlo de esta forma. Según (Senge 2015).

Referencias

Uribe, M., Berkowitz, D., Torche, P., Galdames, S. y Zoro, B. (2017). Marco para la gestión y el liderazgo educativo local: Desarrollando prácticas de liderazgo intermedio en el territorio.

Senge, P. (2015). La quinta disciplina en la práctica - 2ª Edición. Buenos Aires: Editorial Gránica.

Valentine, J.W. y Prater, M. (2011). Instructional, transformational, and managerial leadership and student achievement: High school principals make a difference. NASSP Bulletin, 95(1), 5-30.

Arellano, E. 2008. La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones. Suplemento especial Razón y Palabra. Año 3, Ene-Mar 2008. Consultado el 19 de marzo del 2009 del Sitio Web: <http://www.cem.itesm.mx/>

<dacs/publicaciones/logos/antiores/supesp/estrategia.htm>.

Llacuna, J. & Pujol, L. 2008. NTP 685: La comunicación en las organizaciones. Consultado el 15 de enero, 2008, del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España Sitio Web: http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_685.pdf.

Senge, P. 1992. La Quinta Disciplina. Barcelona. Granica.



La búsqueda de Empleo en Tiempos de Pandemia

*Dra, Vivian Orama López
Catedrática*



Probablemente, una de las preocupaciones que tiene el estudiante próximo a graduarse es saber cómo podrá buscar empleo en tiempos de pandemia. No hay duda de que el Covid-19 ha cambiado muchos de los procesos de realizar esta práctica. Sin embargo, también ha creado nuevas formas de hacerlo y poder continuar esta búsqueda dentro de una nueva normalidad.



Según el artículo Consejos para buscar empleo durante la pandemia (2021), es preciso que el solicitante domine las herramientas de comunicación y utilice el Internet para esa búsqueda, haya o no Pandemia. A continuación varios de los consejos que contiene este artículo:

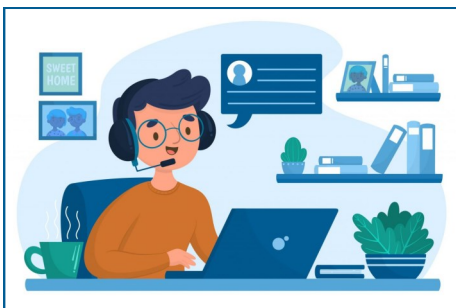
- **Constante formación** - aunque esto es un consejo para toda la vida, es importante mantenerse al día en su especialidad y también en áreas nuevas; especialmente, en aquellas que han surgido o cobrado mayor auge por la pandemia, como por ejemplo, el uso de herramientas digitales.

- **Prepararse para las entrevistas telemáticas** - es decir, entrevistas a través de plataformas digitales o videoconferencias. Así como considerar estos aspectos al momento de ser entrevistado a distancia:
 - comprobar que todo funcione correctamente y asegurarse de cuidar el escenario que van a escuchar y a ver los entrevistadores.
 - tener en cuenta que ser puntual en una entrevista a distancia es tan importante como una presencial.
 - mantener contacto visual al mirar la cámara y no a la pantalla.
- **Diseñar su propia estrategia de búsqueda** - no solo pensar en el trabajo que le gustaría conseguir en este momento, sino también en otras alternativas futuras, asevera el artículo. Asimismo, pensar en aquellas demandas de empleo que tienen mayor prioridad como resultado de la pandemia, tales como: educación, salud, tecnología, trabajos remotos.
- **Utilizar las redes sociales y contactos** - examinar sus perfiles sociales y buscar su nombre en navegadores como Google, de manera que pueda saber lo que los reclutadores encontrarán acerca de usted.
- **Ofrecer una propuesta de valor** - divulgar esas competencias que posee como ventajas

sobre otros candidatos y que aporten de manera significativa a la compañía que solicita; esto más allá de enviar un resumé o cv.

- **Mantener un espíritu positivo** - no hay duda de que la pandemia ha disminuido ofertas de empleo en varios sectores, pero de igual manera ha creado nuevas oportunidades; es importante mantener una actitud positiva y en constante formación, puntualiza el artículo.

Por otro lado, el artículo ¿Cómo buscar Trabajo durante y después de la Pandemia? (s.f.), afirma que la tecnología es una gran aliada en ese proceso, ya que muchos de las posiciones laborales han logrado continuar gracias al trabajo remoto. Asimismo, nos indica el artículo, se debe buscar empleo en industrias que han aumentado su demanda de trabajo o invertido en el teletrabajo. También explica, es fundamental la presencia del candidato a empleo de una manera profesional en portales de trabajo y redes sociales. Esto permitirá que el candidato a empleo gane una mayor credibilidad ante los empleadores. Por último, el escrito destaca la importancia del networking. Es decir, esa comunicación con otros compañeros de trabajo, que además de ampliar el círculo profesional, puede convertirse en una referencia o recomendación para una nueva oportunidad de empleo.



También, Terrell (2021) explica cómo la pandemia cambió la manera de buscar empleo durante este año 2021. A continuación, los resultados de una encuesta por TopResume a 334 reclutadores, profesionales de recursos humanos y gerentes de contratación:

- **Tener periodos sin trabajar en el resumé** - este dato en el resumé, sin importar la fecha, no representa algo que preocupe a los reclutadores, afirma la encuesta. Esto debido a la cantidad de personas que perdieron su empleo durante la pandemia.
- **Importancia de las cartas de presentación** - 48% de los encuestados afirmó leerían una carta de presentación en la actualidad, aunque no acostumbraran hacerlo antes de la pandemia. Por lo tanto, es necesario que el candidato aproveche esa oportunidad para indicar por qué es el candidato idóneo y también mencionar en la misiva aquellas palabras claves que se encuentren en el anuncio del empleo.
- **El trabajo remoto llegó para quedarse** - debido a la pandemia, muchos de los trabajos tuvieron que cambiar a la modalidad remota e incluso continuar de forma permanente de esa manera. Por lo tanto, los empleadores están en la búsqueda de candidatos que puedan desempeñarse exitosamente de forma remota. Asegúrese de dejarles saber a los reclutadores si posee experiencia como teletrabajador, además de su dominio de equipo, plataformas o programados.
- **Su próxima entrevista podrá ser una videollamada** - Según una encuesta de Gartner, Inc., en abril de 2020 el 86% de los reclutadores entrevistaron a su candidatos a través de una videoconferencia, ya que no era posible conocerles personalmente.

Debido a la demanda por el teletrabajo, es importante que el candidato perfeccione sus destrezas en la videoentrevista, de manera que esta sea una exitosa.



- **Escribir una nota de agradecimiento, puede ser de gran ayuda** - La encuesta de TopResume informó que para el 68% de los reclutadores, ha sido un punto muy importante en este tiempo de pandemia. Por lo tanto, aproveche para agradecer la oportunidad de haber sido entrevistado, reitere su interés en el empleo y puntualice su idoneidad para la posición.

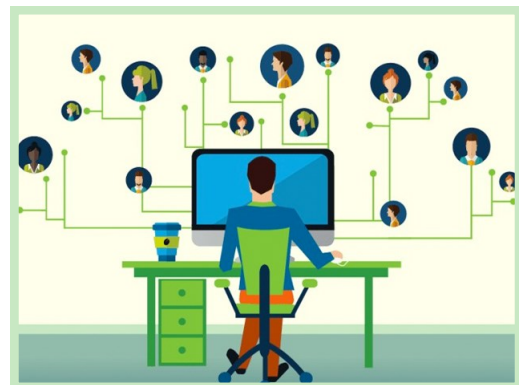
Definitivamente, la pandemia ha traído cambios significativos a nuestras vidas. También, ha abierto nuevas oportunidades a los candidatos a empleo. El trabajo remoto, la utilización de herramientas digitales y el aprendizaje continuo de nuevas modalidades ha permitido diversificar las habilidades y destrezas de los candidatos a empleo y trabajadores regulares. Asimismo, ha sido un factor importante en la evolución de las empresas y el de adaptarse rápidamente a los cambios que han surgido. No obstante, es necesario que el candidato a empleo se mantenga alerta a esos cambios y a la par con las nuevas demandas en el área laboral.

Referencias

¿Cómo buscar Trabajo durante y después de la Pandemia? (s.f.). Recuperado de <https://revistaempresarial.com/gestion-humana/como-buscar-trabajo-durante-y-despues-de-la-pandemia/>

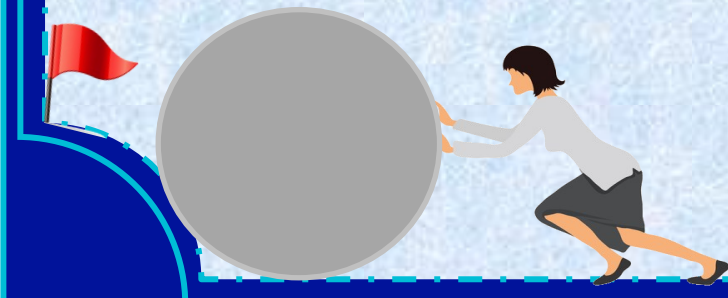
Consejos para buscar empleo durante la pandemia. (2021). Recuperado de <https://www.universia.net/ar/actualidad/empleo/consejos-para-buscar-empleo-durante-la-pandemia.html>

Terrell, K. (2021). 5 maneras en que la pandemia cambió la búsqueda de trabajo. Recuperado de <https://www.aarp.org/espanol/trabajo/busqueda-de-empleo/info-2021/como-la-pandemia-cambio-contratacion.html?intcmp=AE-WORK-ENDART2-ES>



No te desanimes,
esfuérzate, continúa dando
lo mejor de ti y nunca quites
esta frase de tu mente:
¡Cosas buenas le esperan
a quien insiste y resiste!

Leo Pavoni



Asociación Estudiantil de Profesionales Administrativos (AEPA)

Como parte de su crecimiento profesional y personal, todos los estudiantes del Departamento de Sistemas de Oficina tienen la oportunidad de pertenecer a nuestra asociación estudiantil.

Misión

La misión de la Asociación Estudiantil de Profesionales Administrativos de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla es formar líderes con la habilidad de planificar, organizar, dirigir y comunicarse de forma efectiva fomentando el intercambio de ideas, experiencias y un espíritu de unidad entre sus miembros a través del aprendizaje continuo y el desarrollo de competencias administrativas.



Visión

La visión de la Asociación Estudiantil de Profesionales Administrativos de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla es desarrollar profesionales administrativos que se distingan por su alto nivel de liderazgo, excelencia profesional y personal.

Actividades que realizamos



Iniciación

Cada año académico celebramos los actos de iniciación a los nuevos integrantes de la Asociación. Además, en esta actividad fomentamos el desarrollo profesional de nuestros miembros y comunidad universitaria mediante una charla educativa de temas relacionados con la profesión y el mundo laboral.



Confraternización

Los miembros de nuestra asociación estudiantil se reúnen varias veces al mes para mantenerse en contacto y planificar actividades futuras. Además, realizan actividades de confraternización, como nuestro tradicional Almuerzo de Acción de Gracias, en el cual se integra al personal docente y no docente del Departamento.



Charlas educativas

Con el compromiso de formar líderes, cada semestre académico preparamos charlas educativas sobre temas relacionados con el profesional administrativo y el mundo laboral, para que nuestros estudiantes y la comunidad universitaria continúen desarrollándose y ampliando sus conocimientos.



Actividades de ayuda comunitaria

Los miembros de nuestra asociación estudiantil, junto con las consejeras, identifican una entidad, persona, familia o lugar que tenga alguna necesidad. Se realizan actividades de recaudación de fondos o artículos dentro de la comunidad universitaria para lograr el objetivo. Es una experiencia que fomenta los valores de nuestro Código de Ética y el espíritu de unidad.

Visite nuestro fan page en Facebook:

@Asociación Estudiantil de Profesionales
Administrativos—AEPA



Profesora Consejera:

Dra. Janet Román Ruiz
janet.roman@upr.edu

Asociación de Egresados del Departamento de Sistemas de Oficina

Misión



La misión de la Asociación de Egresados del Departamento de Sistemas de Oficina de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla es fortalecer las habilidades de planificar, organizar, dirigir y comunicarse de forma efectiva fomentando el intercambio de ideas, experiencias y un espíritu de unidad entre sus miembros a través del aprendizaje continuo y el desarrollo de competencias administrativas. Llevando a cabo actividades de mejoramiento profesional para el buen funcionamiento de los profesionales administrativos antes los adelantos tecnológico y cambios en el ámbito laboral.

Visión

La visión de la Asociación de Egresados del Departamento de Sistemas de Oficina de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla es reforzar las capacidades de los profesionales administrativos para que se distingan por su alto nivel de liderazgo, excelencia profesional y personal.



Actividades que realizamos

Reuniones con los miembros de la Junta Directiva



Los miembros de la Junta Directiva y las Coordinadoras de la Asociación se reúnen durante el semestre para planificar las actividades que se realizarán durante el año.

Mejoramiento Profesional

Cada semestre se lleva a cabo, al menos, una actividad para el mejoramiento de los egresados. Estas actividades abarcan talleres en tecnología, conferencias relacionadas a la labor del Asistente Administrativo, entre otros temas de interés.



Iniciación de Nuevos Miembros



En la Semana del Profesional de Oficina durante el mes de abril se programa la iniciación de los nuevos miembros de la Asociación y de la Junta Administrativa del próximo año. Además, la actividad incluye un evento de mejoramiento profesional y una actividad de confraternización.

Contáctenos

Junta Directiva

Presidente

Sr. Eliezer M. Vélez López

Asistente Administrativo

Sra. Ashley M. Pitre Ortiz

Vicepresidenta

Srta. Ámbar Y. Pardo Chaparro

Asesoras

Dra. Vivian Orama López
Dra. Beatriz Guerrero Cabán

Departamento de Sistemas de Oficina

El programa de bachillerato en Sistemas de Oficina provee el desarrollo de un proceso educativo integral. Desarrolla los conocimientos, las destrezas, los hábitos y los valores indispensables para el desempeño efectivo de un profesional administrativo.

Misión



La misión del Departamento de Sistemas de Oficina de la Universidad de Puerto Rico en Aguadilla es ofrecer a la región del noroeste un programa de administración de oficinas dirigido a desarrollar profesionales competentes; enmarcado en una educación de calidad, cónsona con los avances tecnológicos que habrán de servir de instrumento para enfrentar los retos del futuro. Este programa estará enmarcado en un mercado global y capacitará al educando en las destrezas de comunicación oral y escrita, pensamiento crítico, trabajo en equipo, aspectos éticos y la integración de la tecnología.

Visión

Aspira ser modelo de excelencia entre programas similares de administración de oficinas, actuando como agente de transformación personal y técnica de sus egresados para que puedan responder con agilidad, flexibilidad y efectividad, a las cambiantes demandas de la sociedad, en el contexto de su profesión.



Concentraciones Menores en:



Administración de Planes Médicos

Administración de la Oficina Legal



Departamento de Sistemas de Oficina

Dirección Postal

Universidad de Puerto Rico en Aguadilla
Departamento de Sistemas de Oficina
PO Box 6150
Aguadilla, PR 00604-6150

Teléfono:
(787) 890-2681
Exts: 2237,4461,4462

Directorio Telefónico

Dra. María de los Á. Ortiz Barrios
Directora
(787) 890-2681, ext. 4461
Correo electrónico: maria.ortiz28@upr.edu

Srta. Ivette Rivera Soto
Secretaria Administrativa IV
(787) 890-2681, ext. 2237
Correo electrónico: ivette.rivera4@upr.edu

Para Información Adicional....

Visite nuestro fan page en Facebook y nuestra página



@sistemasdeoficinauprag



<https://sofi.uprag.edu/>



Innovación, profesionalismo y liderazgo



Innovación, profesionalismo y liderazgo

Realizado por:

Comité de Publicación de Revista

Grupo T01

Stephanie Pérez Valentín

Omaris Hernández López

Ashley M. Aldarondo Maldonado

Valeria N. Cardona Arocho

Abneris J. Badillo Villalba

Adria I. Barreto Alfaro

Lydiana M. Rivera González

Lorelane Núñez Torres