

IPE II · AMPLIACIÓ

Ampliació · 1a avaluació (unitats 1-3)

Reptes per a aprofundir en estratègia de recerca de faena, marca personal i competències, dirigits a qui ja domina el bàsic.

1a avaluació · Unitats 1, 2, 3

U1. Mercat laboral i selecció: jugar amb les regles a favor teu

Trobar faena no és un procés natural, sinó **estructurat**, amb regles que qui les coneix aprofita. La primera és que el **títol és necessari però no suficient**: amb milers de persones amb el teu mateix cicle, allò que decidix no és la titulació sinó com et mous. La segona és que el gros de les vacants (entre el 60 i el 75 %) viu en el **mercat ocult** i no es publica; concentrar l'esforç només en portals és competir per la fracció minoritària i més saturada.

El nivell d'ampliació està a llegir l'**employer branding**: les empreses amb bona reputació com a lloc de treball reben candidatures espontànies sense publicar ofertes, la qual cosa alimenta el seu mercat ocult.

Identificar-les i dirigir-te a elles amb una autocandidatura personalitzada és més rendible que la candidatura massiva.

En la selecció, l'**ATS** no és un caprici: filtra per paraules clau perquè el volum ho exigix. Optimitzar el CV per a ell no és trampa, és assegurar que un humà el veja. I l'**entrevista per competències** es recolza en una hipòtesi psicològica forta —la conducta passada prediu la futura—; per això el **mètode STAR** funciona, sempre que l'*Acció* es conte en primera persona del singular i el *Resultat* siga mesurable.

U2. Marca personal: gestionar la percepció amb criteri

El **personal branding**, concepte que va popularitzar Tom Peters en 1997 («The Brand Called You»), és la gestió conscient de la percepció que els altres tenen de tu. Convé distingir tres nivells: **identitat** (qui eres de veritat), **imatge** (allò que els altres creuen) i **marca personal** (el treball d'alinejar les dos i comunicar-les amb coherència). L'objectiu no és maquillar la identitat, sinó que la imatge en siga el reflex fidel i ben comunicat. El fonament és una **proposta de valor** que responga a què aportes, a qui i què et diferencia; ha de ser tan específica que pocs companys de promoció puguin firmar-la. La **coherència** és la regla d'or: el professional del CV, el de LinkedIn, el de l'entrevista i el del portfolio han de ser la mateixa persona amb el mateix missatge. La incoherència és allò que més ràpid destrueix una marca.

A nivell d'ampliació, la gestió de la **reputació digital** és estratègica, no defensiva. No basta amb esborrar allò roïn: davant d'un contingut perjudicial tens dos vies —l'**eliminació directa** (si el compte és teu) i el **dret a l'oblit** (RGPD, art. 17: sol·licitar al buscador que desindexe un resultat, sense esborrar la pàgina original)—, però la jugada més potent és **ocupar el teu espai digital amb contingut que et afavorisca** (LinkedIn, portfolio, storytelling professional) perquè siga això allò que aparega en buscar el teu nom.

U3. Competències transversals: les metahabilitats que decidixen la carrera

Les empreses **contracten per les hard skills i acomiaden per les soft skills**. El terme «toves» enganya: són les més difícils de desenvolupar i les més decisives a llarg termini, perquè una competència tècnica caduca (un programari, una tècnica) mentres les transversals es transferixen d'una faena a una altra. Són **metahabilitats**: l'automatització i la IA absorbixen tasques rutinàries, però difícilment automatitzen col·laborar, comunicar, liderar i gestionar emocions.

El treball en equip eficaç combina **rols complementaris** (model de Belbin): un equip de cinc «cervells» té moltes idees i ningú que les execute. I travessa fases (Tuckman): el *conflicte* (storming) és esperable, no un fracàs; gestionar-lo bé millora les decisions.

La comunicació professional descansa en l'**assertivitat** (el missatge jo: descriure fet i conseqüència, no acusar), l'**escolta activa** (escoltar per a entendre, parafrasejant) i el **llenguatge no verbal** coherent. El **lideratge** és competència, no jerarquia: es pot liderar sense ser el cap.

La **intel·ligència emocional** (Goleman, sobre el treball previ de Salovey i Mayer) prediu l'exercici millor que

el quocient intel·lectual i s'entrena a qualsevol edat: autoconsciència, autoregulació, motivació, empatia i habilitats socials. I la **gestió del temps** consisteix a protegir el quadrant 2 de la matriu d'Eisenhower —allò important però no urgent—, on es construeix el futur professional.

EL QUE ÉS ESSENCIAL

- L'ocupabilitat no és només tindre un títol: és la combinació de competències tècniques, transversals i xarxa de contactes que et fa atractiu per al mercat i capaç d'adaptar-te als seus canvis.
- Un CV no s'envia igual a totes les ofertes: s'adapta a cadascuna destacant les paraules clau i els assoliments rellevants per a eixe lloc concret.
- L'employer branding (marca de l'empresari) explica per què algunes empreses reben moltes candidatures espontànies: una bona reputació atrau talent sense publicar ofertes.
- La intel·ligència emocional (model de Goleman) combina autoconsciència, autoregulació, motivació, empatia i habilitats socials, i prediu el rendiment professional tant o més que el coeficient intel·lectual.

VOCABULARI

ocupabilitat

reputació digital

dret a l'oblit

employer branding

intel·ligència emocional

model de Goleman

networking

storytelling professional

EXEMPLES RESOLTS

1. **Dissenya una estratègia de recerca activa de faena d'una setmana (unes 10 hores) per a la teua primera faena qualificada, combinant els tres canals (portals, candidatura espontània i xarxa de contactes) i justificant el repartiment.**

La clau és repartir l'esforç segons on estan les vacants, no segons on és més còmode buscar. Com que entre el 60 i el 75 % dels llocs estan en el mercat ocult, convé donar-li pes tot i que costa més.

Repartiment orientatiu de 10 hores:

- **Portals (mercat obert) — 4 h:** inscriure't en 8-10 ofertes *adaptant el CV a les paraules clau de cadascuna*, no enviant sempre el mateix. És el canal més competitiu, per això no s'emporta la major part del temps.
- **Candidatura espontània (mercat ocult) — 3 h:** identificar 5 empreses atractives del sector (millor amb bon *employer branding*) i enviar-los CV més un missatge personalitzat a la persona adequada.
- **Xarxa de contactes — 3 h:** avisar tutors de FCT, antics companys i contactes de LinkedIn que busques faena i de què busques exactament.

Justificació: es dona pes al mercat ocult i a la xarxa perquè ahí hi ha menys competència. A més, tot el sistema necessita un **registre de seguiment** (empresa, lloc, data, estat) i el mesurament de l'embut candidatures → respostes → entrevistes per a corregir allò que no funciona.

2. **Audites la teua petjada digital abans de buscar faena i trobes una foto antiga poc professional, indexada en un buscador i vinculada al teu nom. Explica les dos vies per a gestionar-la, què és el dret a l'oblit i quina jugada de fons és la més eficaç.**

Primer el diagnòstic: un reclutador buscarà el teu nom en Google, així que allò que aparega forma part de la teua candidatura.

Via 1 — eliminació directa: si la foto està en un compte teu, esborra-la o despublica-la. És allò més ràpid i allò que controles del tot.

Via 2 — dret a l'oblit (RGPD, art. 17): si el contingut el controla un tercer o continua apareixent en buscadors, pots sol·licitar al buscador que **desindexe** eixe resultat associat al teu nom quan ja no siga pertinent o resulte lesiu. Important: no esborra la pàgina original, només la lleva dels resultats pel teu nom. Pots acudir al responsable del lloc o a l'Agència Espanyola de Protecció de Dades (AEPD).

Jugada de fons (la més eficaç): no basta amb esborrar allò negatiu. Allò que de veritat funciona és **ocupar el teu espai digital amb contingut professional positiu** (perfil de LinkedIn cuidat, portfolio, publicacions amb criteri) perquè siga això el primer que aparega. Gestionar la reputació digital és una estratègia ofensiva, no només defensiva.

3. Relaciona cada component de la intel·ligència emocional de Goleman amb una situació laboral concreta: autoconsciència, autoregulació, empatia i habilitats socials. Afig quin falla en un tècnic brillant que acaba sent acomiadat.

El model de Goleman distingix components personals (cap a un mateix) i socials (cap als altres):

- **Autoconsciència:** adonar-te que estàs nerviós o enfadat abans d'una reunió important.
- **Autoregulació:** rebre una crítica del teu cap i respondre amb calma en compte de saltar a la defensiva.
- **Empatia:** notar que una companya està saturada i oferir-te a ajudar-la sense que ho demane.
- **Habilitats socials:** mediar entre dos companys enfrontats perquè l'equip continue funcionant.

(La *motivació*, el quint component, seria continuar esforçant-te en un projecte difícil encara que els resultats tarden.)

El tècnic brillant que fracassa: sol fallar en autoregulació i habilitats socials —discutix, no accepta revisions, es frustra a la primera, no escolta—. La investigació de Goleman ho confirma: la majoria dels acomiadaments per baix rendiment no són per *hard skills*, sinó per *soft skills*.

4. Una oferta indica un salari brut anual de 21.000 € repartit en 14 pagues. (a) Calcula la quantia de cada paga i l'equivalent mensual prorratejat en 12. (b) Sobre una base de cotització de 1.750 € al mes, calcula la cotització del treballador a la Seguretat Social si el tipus al seu càrrec és del 6,35 %, i el total anual.

(a) Les pagues.

Cadascuna de les 14 pagues: $21.000 \div 14 = 1.500 \text{ € per paga}$.

Equivalent mensual prorratejat en 12: $21.000 \div 12 = 1.750 \text{ € al mes}$.

Comprovació: $1.500 \times 14 = 21.000 \text{ €}$ i $1.750 \times 12 = 21.000 \text{ €}$; el total anual és el mateix, canvia només el repartiment.

(b) La cotització del treballador.

Aportació mensual: $6,35 \% \text{ de } 1.750 = 0,0635 \times 1.750 = 111,13 \text{ € al mes}$ (111,125 arrodonit).

Aportació anual (12 mesos): $111,13 \times 12 \approx 1.333,50 \text{ € a l'any}$.

Lectura: el salari «net» que arriba al compte és menor que el brut perquè es descompten estes cotitzacions i, a més, la retenció d'IRPF. Convé llegir sempre una oferta en termes de *brut anual* per a poder comparar-la.

REPTES

1. Una empresa publica una oferta i rep 300 candidatures; una altra del mateix sector a penes publica ofertes però rep currículums espontanis cada setmana. Explica amb els conceptes de **mercat ocult i**

employer branding què està passant i què et convé a tu com a candidat.

2. Audites la teua petjada digital i trobes una foto antiga poc professional indexada en un buscador i vinculada al teu nom. Explica quines dos vies tens per a gestionar-la i què és el **dret a l'oblit**.
3. Relaciona cada component de la **intel·ligència emocional** de Goleman amb una situació laboral: autoconsciència, autoregulació, empatia, habilitats socials.
4. Un candidat molt qualificat diu que «envia CV i mai rep resposta». Explica amb el funcionament de l'**ATS** dos causes tècniques probables i com corregir cadascuna.
5. Una proposta de valor diu: «Soc una persona treballadora, responsable i amb ganes d'aprendre». Explica per què és feble i reescriu-la perquè siga distintiva, inventant un perfil concret.
6. Un candidat té en el CV «especialista en xarxes socials» però el seu perfil de LinkedIn està buit i mal redactat. Explica quin principi de la marca personal incomplix i quina conseqüència té.
7. L'entrevista per competències assumix que «la conducta passada prediu la conducta futura». Explica per què s'usa eixe principi i un límit raonable que té.
8. Reescriu esta resposta d'entrevista perquè complisca el **mètode STAR** sense caure en la trampa del plural: «En les pràctiques vam fer un projecte en equip i el vam entregar bé, vam treballar tots molt».
9. Un equip està format per cinc persones amb perfil de «cervell» (totes molt creatives). Explica amb el model de **Belbin** quin problema tindrà i quins rols convindria incorporar.
10. Un equip fa setmanes que està encallat en tensions pel repartiment de tasques i el lideratge, sense avançar. Identifica la fase de **Tuckman** en què està i què fer per a superar-la.
11. Convertix este missatge agressiu en un **missatge jo** assertiu: «Sempre m'entregues la teua part tard, eres un irresponsable i per la teua culpa no arribe».
12. Explica la diferència entre **lideratge informal** i posició jeràrquica, i per què un titulat d'FP recentment incorporat pot liderar sense ser el cap.
13. Amb la **matriu d'Eisenhower**, explica per què el quadrant «important però no urgent» és el més rendible i, alhora, el més descuidat.
14. Explica per què les **soft skills** es consideren «metahabilitats» més resistents a l'automatització que moltes competències tècniques.
15. En famílies com administració o sanitat no hi ha «obra visible» com en informàtica o disseny. Proposa com construir un **portfolio** que evidencie competències en estos casos.
16. **Vertader o fals, raonat:** «Optimitzar el CV perquè el llija l'ATS és una forma de fer trampa que enganya el reclutador.»
17. El teu embut de recerca en un mes va ser: **80 candidatures** enviades, **10 entrevistes** aconseguides i **2 ofertes** rebudes. Calcula la taxa de conversió de cada pas i la taxa global de candidatura a oferta.

18. Una oferta indica un salari **brut anual de 21.000 €** en **14 pagues**. Calcula la quantia de cada paga i l'equivalent mensual si es prorrateja en 12 pagues. Canvia els diners totals que cobres a l'any?
19. Sobre una **base de cotització de 2.000 € al mes**, calcula la cotització mensual del treballador a la Seguretat Social si el tipus al seu càrrec és del **6,35 %**, i el total que aporta en un any (12 mesos).
20. El **mercat ocult** suposa al voltant del **65 %** de les vacants. Si dediques el **80 %** del teu temps de recerca als portals, explica el desajust i proposa un repartiment més coherent.
21. Compara el valor d'un client —o, per analogia, d'una *faena estable*— enfront d'una temporal: un contracte indefinit que t'aporta **1.500 € nets/mes durant 3 anys** enfront d'un de temporal de **1.700 € nets/mes durant 6 mesos**. Calcula el total de cadascun i comenta què aporta l'estabilitat.

SOLUCIONARI

1. La segona empresa té una marca d'empresari (employer branding) forta: la seua bona reputació fa que la gent vulga treballar allí i envie candidatures espontànies, alimentant el seu **mercat ocult**. Cobrix vacants sense publicar-les.
- Com a candidat et convé: (1) identificar eixes empreses atractives del teu sector, (2) preparar-te un CV i un missatge personalitzat, i (3) enviar candidatura espontània i cuidar la teua xarxa de contactes, perquè competir només en les ofertes massives (300 candidatures) reduïx molt les teues probabilitats.
2. Dos vies:
- **Eliminació directa**: esborrar o despublicar el contingut en la xarxa on el vas pujar (allò més ràpid si el compte és teu).
 - **Dret a l'oblit**: si el contingut el controla un tercer o continua apareixent en buscadors, pots sol·licitar al buscador que **desindexe** eixe resultat associat al teu nom quan ja no siga rellevant o resulte lesiu. No esborra la pàgina original, però la lleva dels resultats de busca pel teu nom. En paral·lel convé generar contingut professional positiu (LinkedIn, portfolio) perquè siga el primer que aparega.
3. • **Autoconsciència**: adonar-te que estàs nerviós abans d'una reunió important.
- **Autoregulació**: rebre una crítica del teu cap i respondre amb calma en compte de saltar a la defensiva.
 - **Empatia**: notar que una companya està saturada i oferir-te a ajudar-la sense que ho demane.
 - **Habilitats socials**: mediar entre dos companys enfrontats perquè l'equip continue funcionant. (La motivació, el quint component, seria continuar esforçant-te en un projecte difícil encara que els resultats tarden.)
4. L'ATS fa el primer garbell i descarta abans que un humà llija el CV. Dos causes probables:
- 1. Format que la màquina no llig** (CV en imatge, columnes estranyes, taules niuades) → corregir usant una sola columna, encapçalaments estàndard i exportar a PDF.
- 2. Absència de les paraules clau de l'oferta** → corregir incloent de manera literal la titulació, el programari i les competències que demana cada oferta.
- Optimitzar per a l'ATS no és fer trampa: només garantix que un humà arribe a vore el CV; la decisió continua sent seua.
5. És feble perquè la **podria firmar quasi qualsevol**: no diu què aportes, a qui ni en què et diferencies; són qualitats genèriques i no verificables.
- Reescriptura distintiva (exemple): «Tècnic Superior en Desenvolupament d'Aplicacions Web

especialitzat en front-end accessible, amb tres projectes propis publicats en GitHub i nivell B2 d'anglès». Respon a les tres preguntes i, a més, és **comprovable** quan algú revise el portfolio.

6. Incomplix la **regla d'or de la coherència**: CV, LinkedIn, portfolio i entrevista han de contar la mateixa història amb el mateix missatge.

Conseqüència: la **incoherència destrueix la credibilitat**. Si presumix de dominar xarxes socials però el seu propi aparador digital està descuidat, el reclutador conclou el contrari del que el CV afirma. La marca personal només funciona si tots els canals són la mateixa persona.

7. S'usa perquè demanar **exemples concrets de conducta real** (com vas resoldre un conflicte, com vas treballar davall pressió) és molt més fiable que preguntar com eres en abstracte, on qualsevol dona la resposta «correcta».

Límit: les persones **canvien i aprenen**; un comportament de fa anys pot no representar algú hui, sobretot si ha entrenat eixa competència. Per això el mètode valora també què vas *aprendre* del cas, no només allò que va ocórrer.

8. El problema és que està en **primera persona del plural** i no se sap què va aportar el candidat.

Reescriptura amb STAR i «jo»:

- **S**: «En la FCT havíem d'entregar un projecte en grup en dos setmanes».
- **T**: «Jo era responsable de coordinar les entregues parcials».
- **A**: «Vaig proposar un calendari intern, vaig repartir les tasques i vaig revisar jo la integració final».
- **R**: «Vam entregar a temps i el projecte va ser avaluat amb la nota més alta del grup».

El «nosaltres» es reserva per al resultat col·lectiu, però queda clar el paper individual.

9. Tindran **moltes idees i ningú que les execute ni les ordene**: falten rols d'acció i d'organització.

Convé incorporar un **implementador** (que convertisca les idees en resultats), un **coordinador** (visió global, repartiment de tasques i terminis), un **avaluador** (que filtre amb sentit crític tantes idees) i un **cohesionador** (que cuide el clima). La lliçó de Belbin: rendix més l'equip equilibrat que el format només per «cervells».

10. Està en la fase de **conflicte (storming)**, que és **normal i esperable**, no un fracàs.

Per a superar-la i passar a la **normalització (norming)** cal acordar **regles, rols i formes de treballar** explícites: clarificar qui fa què, fixar criteris de decisió i separar la persona del problema. Gestionar bé el conflicte, en compte d'evitar-lo, millora les decisions de l'equip.

11. Un missatge jo descriu el **fet** i la **conseqüència** sense acusar la persona:

«Quan rep la teua part l'últim dia, no em dona temps a revisar-la bé; podríem avançar la teua entrega un dia perquè isca millor?».

Es centra en el comportament i en una proposta de solució, no a desqualificar. És l'estil **assertiu**: dius allò que necessites respectant l'altre i mantens la relació.

12. El **lideratge** és una competència (capacitat d'influir en un grup per a aconseguir un objectiu), no un càrrec: es pot **liderar sense ser el cap** (lideratge informal) i es pot ser cap sense liderar res.

Algú que acaba d'incorporar-se lidera quan **pren la iniciativa, assumix responsabilitat, comunica bé i cuida l'equip**. Eixes conductes, a més, són just les que més valen en una entrevista per competències.

13. És el **més rendible** perquè ahí estan la formació, la planificació, la prevenció i les relacions: allò que construeix el teu futur professional (per exemple, preparar el CV o reciclar competències).

És el **més descuidat** perquè, en no ser urgent, sempre s'ajorna davant les urgències (quadrant 1) i les interrupcions (quadrant 3). Gestionar bé el temps és, en el fons, **protegir el quadrant 2** reservant-li temps abans que les urgències l'ocupen.

-
14. Una competència tècnica **caduca**: un llenguatge de programació o una tècnica se substitueixen amb el temps, i la IA absorbeix tasques rutinàries (càlculs, redacció bàsica). En canvi, col·laborar, comunicar, liderar, gestionar emocions i resoldre conflictes **difícilment s'automatitzen** i es transferixen d'una feina a una altra.
- Per això són **metahabilitats**: sobreviuen als canvis tecnològics i sostenen l'ocupabilitat a llarg termini. Paradoxalment, en un món més tecnològic, la millor inversió són les competències que no són tecnològiques.
15. Encara que no hi haja producte físic mostrable, es pot evidenciar amb: un **projecte del cicle ben documentat** (objectiu, què vas fer tu, resultat), un **cas pràctic resolt** (un supòsit comptable, un protocol aplicat), una **memòria de la FCT** amb assoliments quantificats, o certificacions tècniques.
- Les claus continuen sent les mateixes: **qualitat abans que quantitat**, cada peça **contextualitzada** (quin problema resol i quin resultat va tindre) i un **accés fàcil** (una URL que enllaça des del CV i LinkedIn).
16. **Fals**. Optimitzar per a l'ATS significa usar les **paraules clau reals** de l'oferta (les que de veritat domines) i un **format llegible per màquina**. No enganya ningú: només evita que un filtre automàtic descarte un CV abans que una persona el llija.
- La trampa seria **mentir** (inflar idiomes o experiència), que es detecta en l'entrevista. Nomenar bé allò que saps fer no és enganyar, és comunicar-ho de manera que el sistema ho reconega.
17. **De candidatura a entrevista**: $10 \div 80 = 0,125 = 12,5 \%$.
D'entrevista a oferta: $2 \div 10 = 0,20 = 20 \%$.
Global (candidatura a oferta): $2 \div 80 = 0,025 = 2,5 \%$.
- Mesurar l'embut permet saber on està el coll de botella: si entres poc en entrevistes, el problema sol estar en el CV o l'enfocament; si entres però no reps ofertes, convé entrenar l'entrevista.
18. **Cada paga (de 14)**: $21.000 \div 14 = 1.500 \text{ €}$.
Prorratjat en 12: $21.000 \div 12 = 1.750 \text{ € al mes}$.
Comprovació: $1.500 \times 14 = 21.000 \text{ €}$ i $1.750 \times 12 = 21.000 \text{ €}$.
No canvia el total anual: és el mateix dinar (21.000 €). L'únic que canvia és si les dos pagues extra es cobren a banda (14 pagues de 1.500 €) o repartides mes a mes (12 pagues de 1.750 €).
19. **Aportació mensual**: $6,35 \% \text{ de } 2.000 = 0,0635 \times 2.000 = 127 \text{ € al mes}$.
Aportació anual: $127 \times 12 = 1.524 \text{ € a l'any}$.
- Per això el salari net que arriba al compte és menor que el brut: a estes cotitzacions se suma la retenció d'IRPF. Convé comparar les ofertes sempre en termes de **brut anual**.
20. **Desajust**: dediques el 80 % del temps al canal (portals) que només dona accés al 35 % de les vacants (100 % - 65 %), el circuit més competitiu; i només el 20 % del temps al mercat ocult, que concentra el 65 % dels llocs.
- Repartiment més coherent**: baixar els portals a un 40 % aproximat i pujar candidatura espontània i networking fins a cobrir més de la meitat de l'esforç, alineant el temps amb on estan realment les oportunitats.
21. **Indefinit**: $1.500 \times 36 \text{ mesos} = 54.000 \text{ €}$.
Temporal: $1.700 \times 6 \text{ mesos} = 10.200 \text{ €}$.
- Encara que el temporal paga més al mes, l'indefinit suma molt més (54.000 enfront de 10.200 €) per la seua **duració**, i aporta previsibilitat per a planificar (lloguer, finançament, formació). La reforma laboral de 2021 va fer de l'indefinit la regla general justament pel valor de l'estabilitat; un sou una mica major durant poc temps no compensa la incertesa.