



**Facultad de Psicología**  
Universidad Nacional de Córdoba



**IV Congreso Internacional y  
VII Congreso Nacional de Psicología**

**CIENCIA Y PROFESIÓN**

Editado por:

**Flavia Galaverna, Lucía Montero, Luciano Lo Presti,  
María Belén Delbazi Paz, Iván Laurenci Roca, Sofía Arjol,  
María Laura Del Boca y Cecilia Ferrero**

# EMPLEATE EN EL NUEVO MUNDO LABORAL

## Workshop. ID1

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

<sup>1</sup>Universidad nacional de Córdoba (UNC). Facultad de Psicología. Córdoba, Argentina.

---

### Resumen

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

**Palabras claves:** PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL; EMPLEABILIDAD PERSONAL

### Abstract

**INTRODUCTION:** For a long time, entrepreneurship was only approached from an economic perspective. However, when analyzing more current theories, the existence of a more complex human reality that includes elements from other perspectives is revealed (Lindozi y De Cuzzi, 2019). Entrepreneurship was conceived as the creation of new companies, but more recently There has been a change towards a broader concept that understands entrepreneurship as a way of thinking and acting (López Núñez, 2017). Another conceptual change is that of company by organization, defined by Schlemenson (2013) as a socio-technical system formed by a specific project, which satisfies the needs of its members and the external population that gives it a sense of existence. This system is inserted in a socio-economic and political context that influences it. Currently, it poses new demands and challenges that make it necessary to reflect on the SWOT of the psychologist's profession. This leads to considering skills training and its implementation in different contexts of a certain professional field, for a better quality performance (Peiró, 2016). **OBJECTIVES:** n\* General: Provide virtual tools for practice in the new labor market. n\* Specific: 1) Promote learning about organizational psychology to build personal branding. 2) Strengthen the use of virtual methodologies for insertion and professional practice. 3) Analyze corporate image and target audience. **METHODOLOGY:** A workshop device will be developed through a virtual platform. It will be aimed at students in the final section and young professionals. **CONTRIBUTION:** We believe that this workshop will contribute to the development of skills necessary for professional practice in the virtual sphere, specifically in the context of social networks. From an interdisciplinary position, we contribute to strengthening self-perception of employability (Hernández, 2011, citado en Lindozi; Decuzzi, 2019).

**Key words:** ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY; EMPLOYABILITY PERSONAL