



**David Cota Mascuñana**

Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. DEA. PMP®

Director Área Planificación y Gestión de Infraestructuras

[davidcota@iceacsa.com](mailto:davidcota@iceacsa.com)

**David Cota Mascuñana**

Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. DEA. PMP®

Profesor Asociado Área Ingeniería del Transporte de la Universidad de Santiago de Compostela

## TRANSPORTE Y TERRITORIO



**TEMA 01.** INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

**TEMA 02.** INTRODUCCIÓN AL TRANSPORTE

**TEMA 03.** LA PLANIFICACIÓN DEL TRANSPORTE. CONCEPTOS GENERALES

**TEMA 04.** EL TRANSPORTE POR CARRETERA

**TEMA 05.** EL TRANSPORTE FERROVIARIO. ALTA VELOCIDAD FERROVIARIA

**TEMA 06.** EL TRANSPORTE AÉREO

**TEMA 07.** EL TRANSPORTE MARÍTIMO

**TEMA 08.** EL TRANSPORTE METROPOLITANO , TRANSPORTE SOSTENIBLE, ECOMOVILIDAD

**TEMA 09.** EL TRANSPORTE POR CABLE

**TEMA 10.** EL TRANSPORTE POR TUBERÍA

**TEMA 11.** FACTORES ESTRATÉGICOS DE COMPETITIVIDAD EN LAS CADENAS DEL TRANSPORTE: INTERMODALIDAD Y LOGÍSTICA

**TEMA 12.** GESTIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

**TEMA 13.** FINANCIACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE

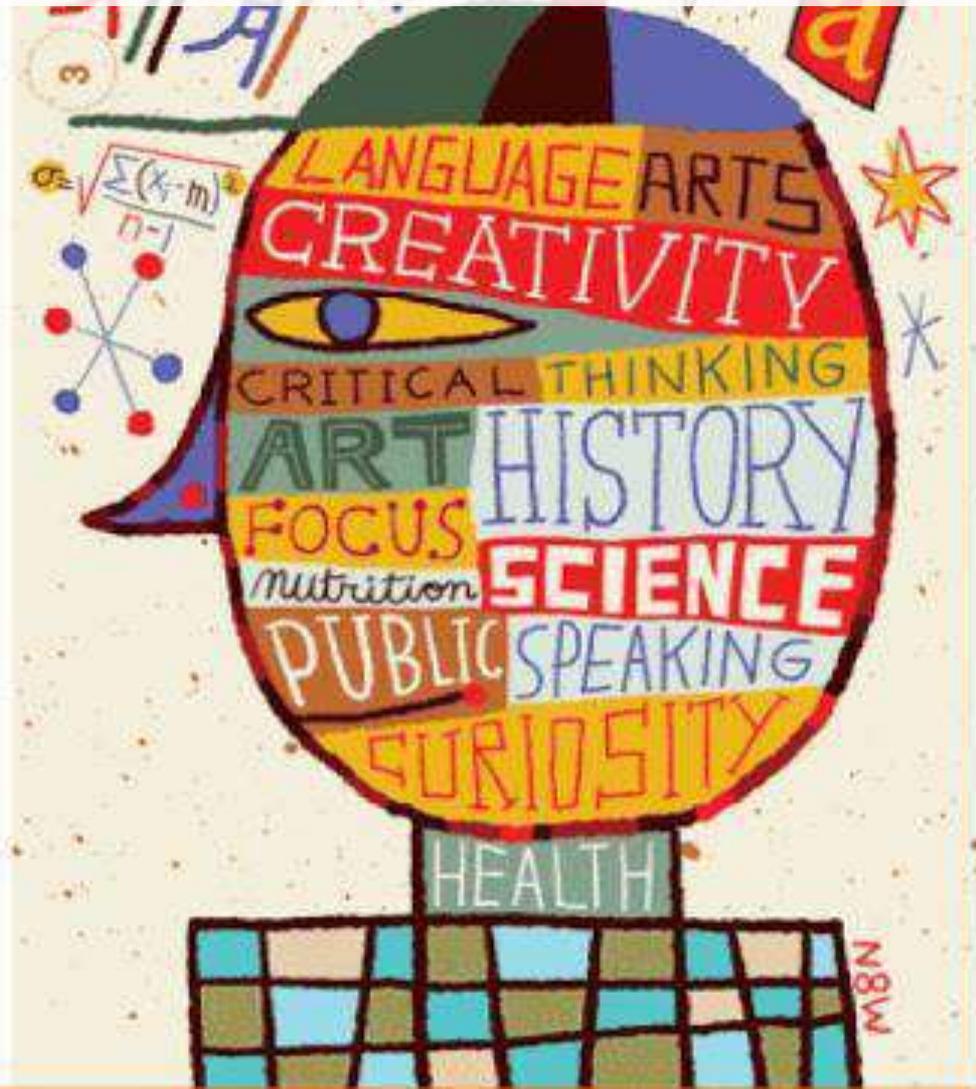
**TEMA 14.** CONTRATOS FIDIC

**TEMA 15.** INGLÉS TÉCNICO

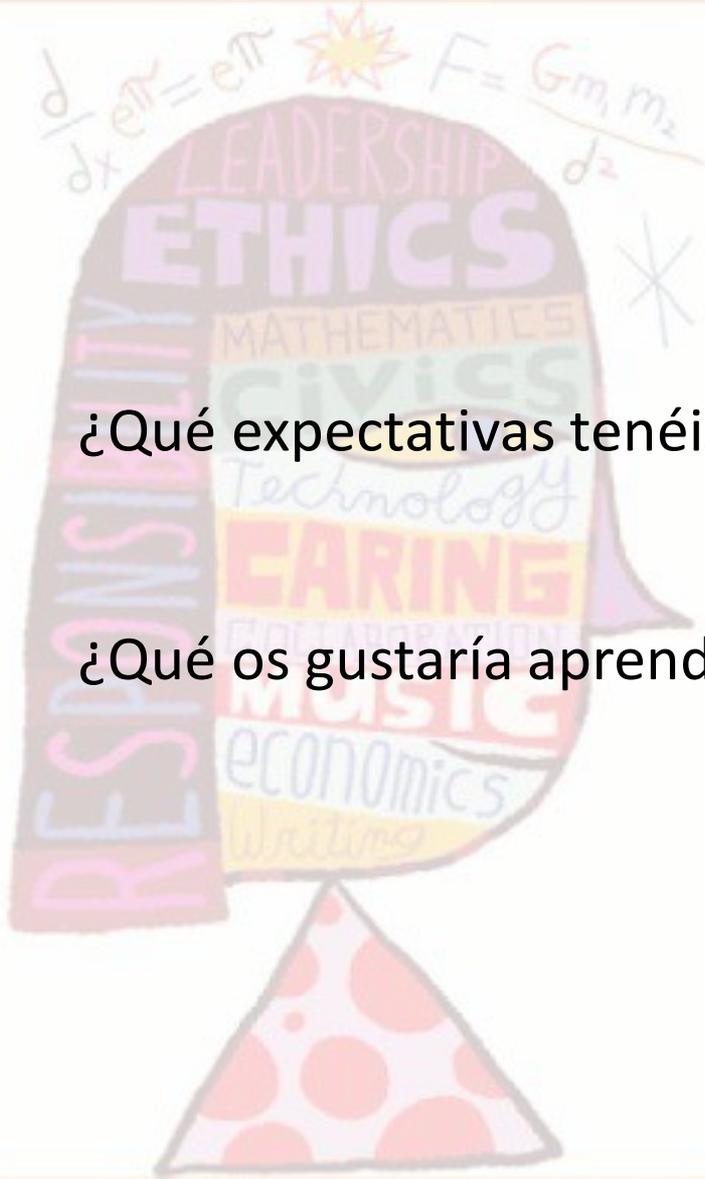
**TEMA 16.** HABILIDADES TRANSVERSALES



TEMA 16. HABILIDADES TRANSVERSALES

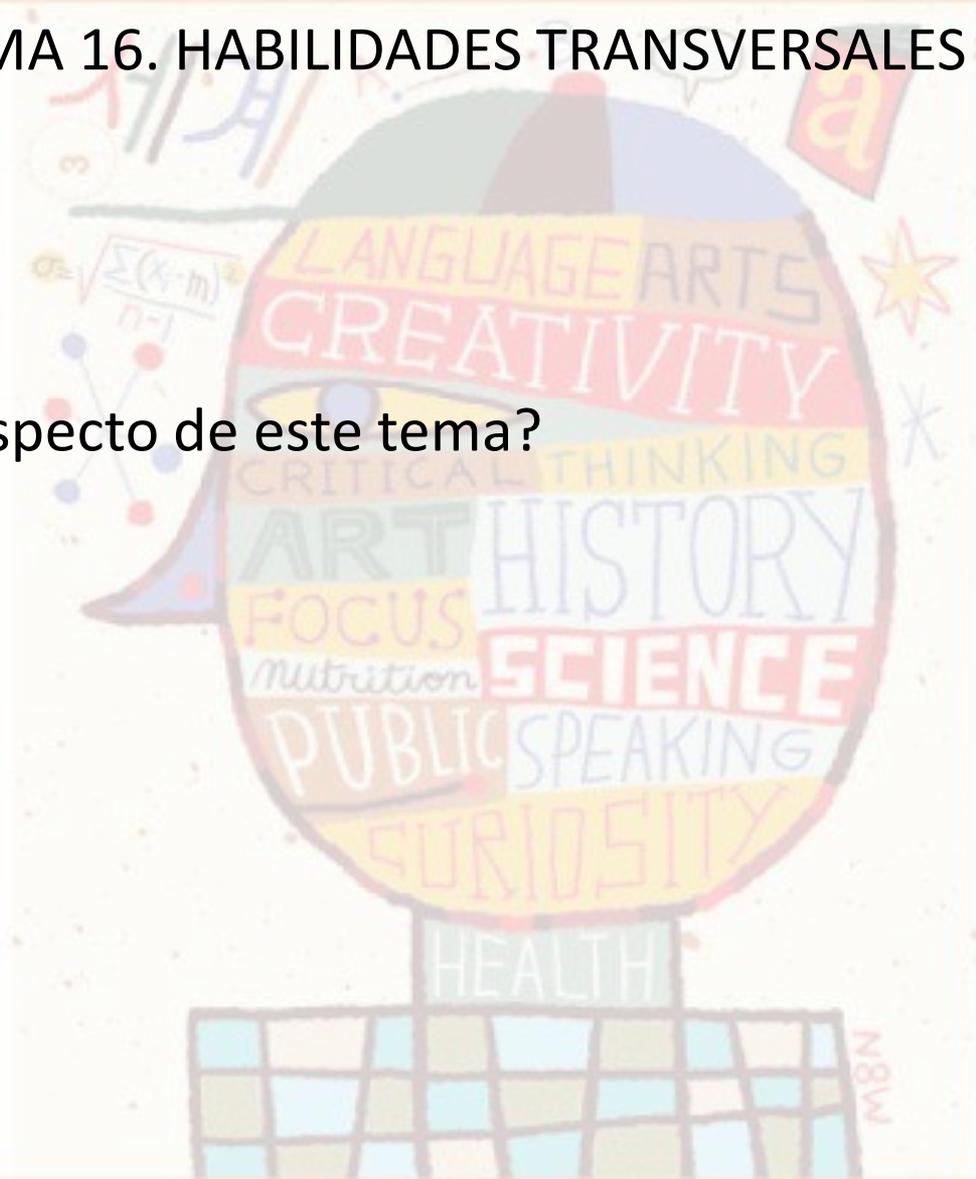


TEMA 16. HABILIDADES TRANSVERSALES



¿Qué expectativas tenéis respecto de este tema?

¿Qué os gustaría aprender?



## ÍNDICE DEL TEMA

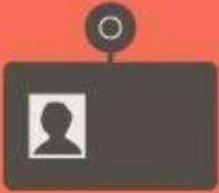
1. Objetivos
2. Importancia de la conciencia del rol en una organización
  - 2.1. El objeto social de la organización
  - 2.2. La jerarquía y el desarrollo profesional
3. Importancia de la comunicación oral y escrita
  - 3.1. Importancia de la comunicación oral y escrita
  - 3.2. Codificación del mensaje: del emisor al receptor
  - 3.3. Elección del modo de comunicación en función de las circunstancias
  - 3.4. Tipos de documentos y su correcta redacción
4. Las redes sociales
  - 4.1. Redes personales
  - 4.2. Redes virtuales
  - 4.3. La marca persona
5. La gestión de proyectos: alcance, coste y plazo
  - 5.1. La triple restricción
  - 5.2. Ingeniería de valor
6. Globalización y equipos multiculturales
  - 6.1. Movilidad laboral
  - 6.2. La necesidad de comunicarse
  - 6.3. Equipos multiculturales
  - 6.4. Tecnologías de la comunicación
7. Estrategias comerciales
  - 7.1. ¿En qué productos os servicios soy bueno y tengo experiencia/referencias?
  - 7.2. Material comercial en papel, electrónico y audiovisual
  - 7.3. Visibilidad en congresos y foros nacionales/internacionales
  - 7.4. Cuidar nuestras redes sociales
  - 7.5. Sinergias con otros socios/colaboradores/freelance
  - 7.6. Un perfil de ingeniero bien preparado
8. Un consejo final

## 1. Objetivos

Dar a conocer al alumno una visión global sobre la importancia de las habilidades transversales o “blandas” (soft skills) en la vida profesional y una “visión” sobre qué hay más allá al terminar la carrera universitaria



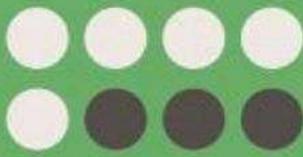
# MATERIAS QUE DEBERÍAN ENSEÑAR EN LA UNIVERSIDAD



**VIDA ADULTA**  
UNA INTRODUCCIÓN



**CONSEGUIR TRABAJO**  
DEL CURRÍCULUM A LINKEDIN



**IMPUESTOS**  
QUÉ MIERDA SON Y CÓMO SE PAGAN



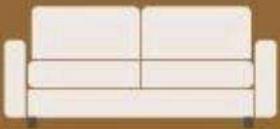
**FINANZAS PERSONALES**  
CREDITOS, INTERESES Y DEUDAS



**DERECHO COTIDIANO**  
"UN MOMENTO, ¿ESO ES ILEGAL?"



**NETWORKING**  
SON LOS CONTACTOS, IDIOTA



**DESEMPLEO**  
GUÍA DE SUPERVIVENCIA



**REALITY CHECK**  
QUÉ DEBES SABER ANTES DE SALIR



**RESIGNACIÓN**  
AMANDO LO QUE ODIAS HACER





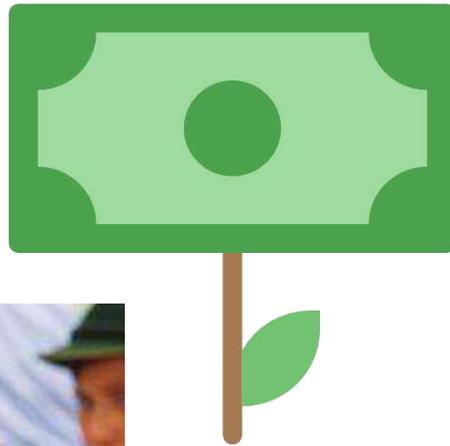
# Consciente

Ser consciente significa:

- Percibir el mundo interior y exterior. Que siente, piensa, quiere y obra con conocimiento de lo que hace. Con pleno uso de los sentidos y facultades.



¿Qué necesitas como mínimo para vivir?





¿Qué necesitas como mínimo para vivir?

Agencia Tributaria  
www.agenciatributaria.es

**LO QUE DEFRAUDAS TÚ, LO PAGAMOS TODOS.**



## 2. Importancia de la conciencia del rol en una organización

### 2.1. El objeto social de la organización

- ¿De qué “vivo”?
- Ejemplo: Construcción Vs. Consultoría (otro negocio)



## 2. Importancia de la conciencia del rol en una organización

### 2.2. La jerarquía y el desarrollo profesional

- Relaciones dentro de la organización
- Relaciones con otras organizaciones: proveedores, clientes, partners, etc.
- Fidelidad corporativa y honestidad son generalmente las mejores estrategias a largo plazo



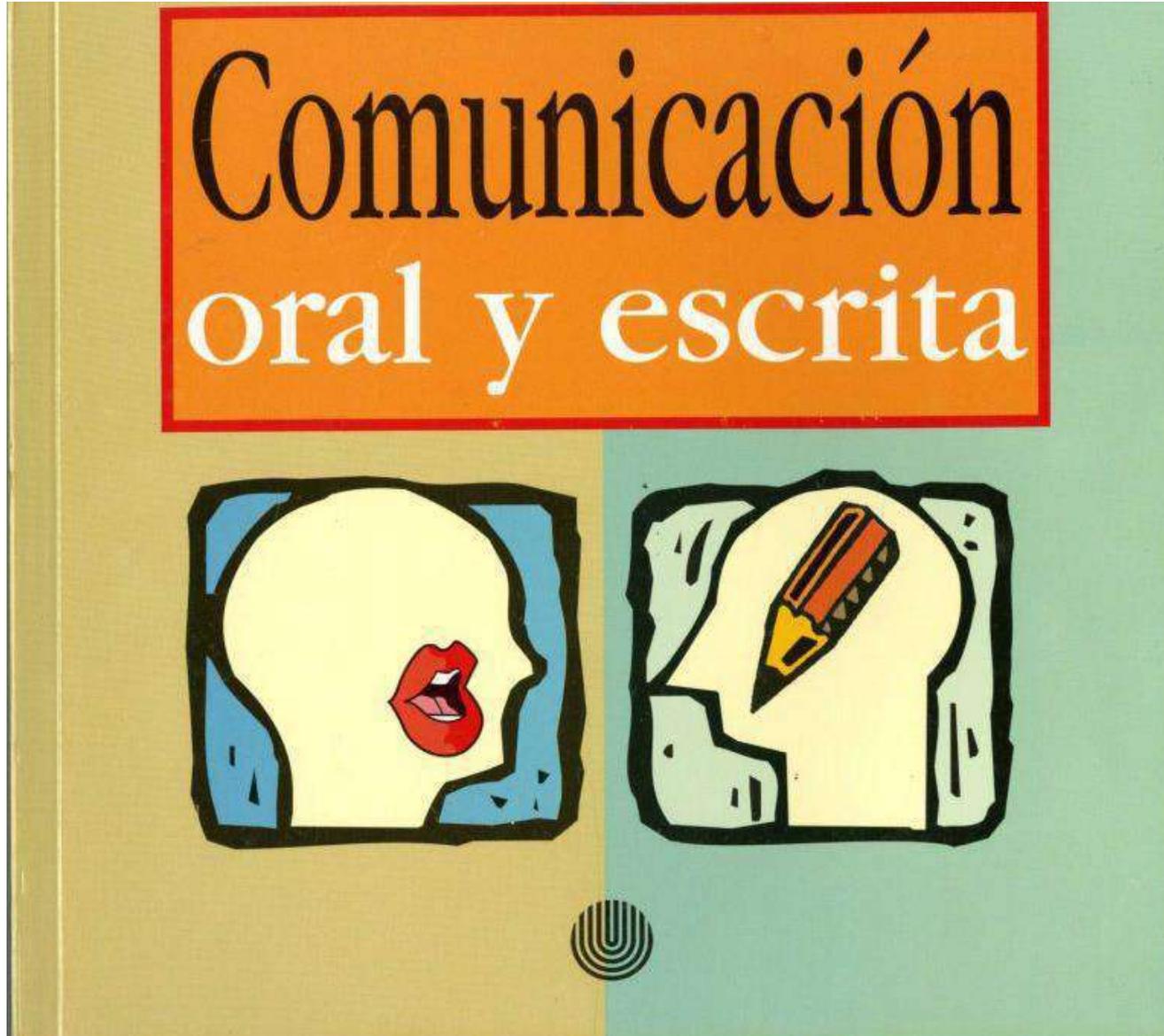
### 3. Comunicación oral y escrita

#### 3.1. Importancia de la comunicación oral y escrita



### 3. Comunicación oral y escrita

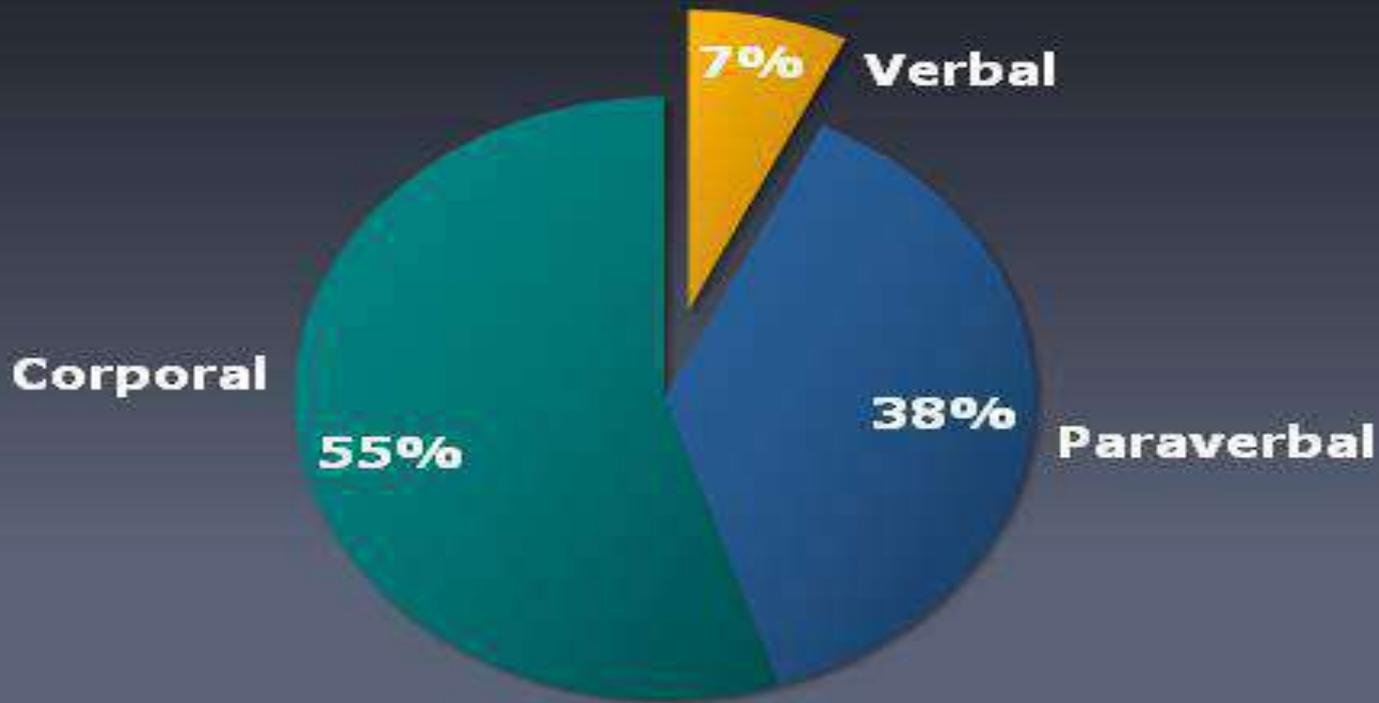
#### 3.1. Importancia de la comunicación oral y escrita



3. Comunicación oral y escrita

3.1. Importancia de la comunicación oral y escrita

# El mensaje verbal apenas participa en la comunicación



Fuente: Albert Mehrabian, "Nonverbal Communication"

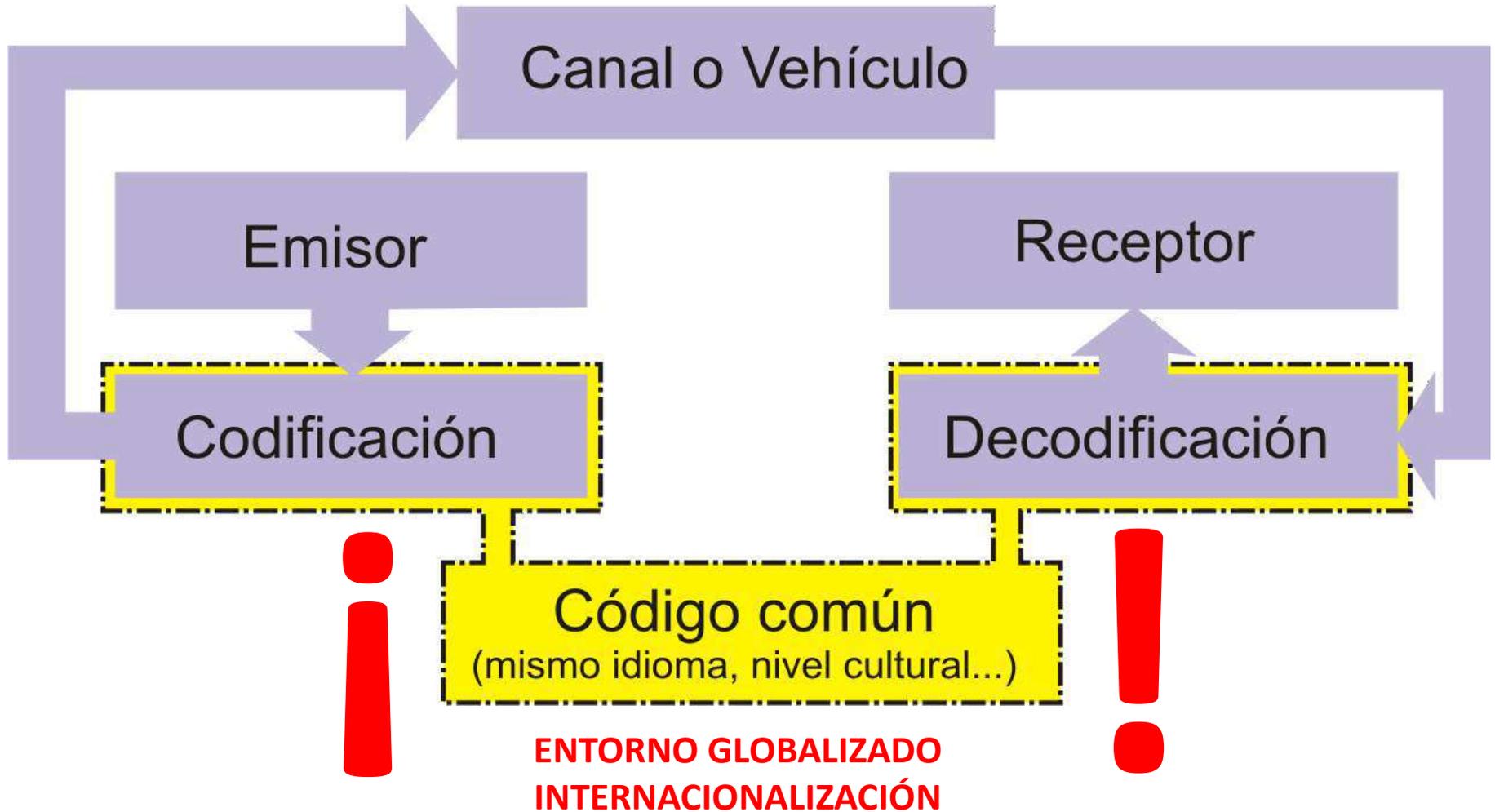
### 3. Comunicación oral y escrita

#### 3.2. Codificación del mensaje: del emisor al receptor



3. Comunicación oral y escrita

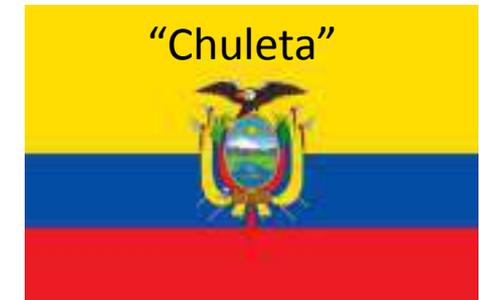
3.2. Codificación del mensaje: del emisor al receptor



3. Comunicación oral y escrita

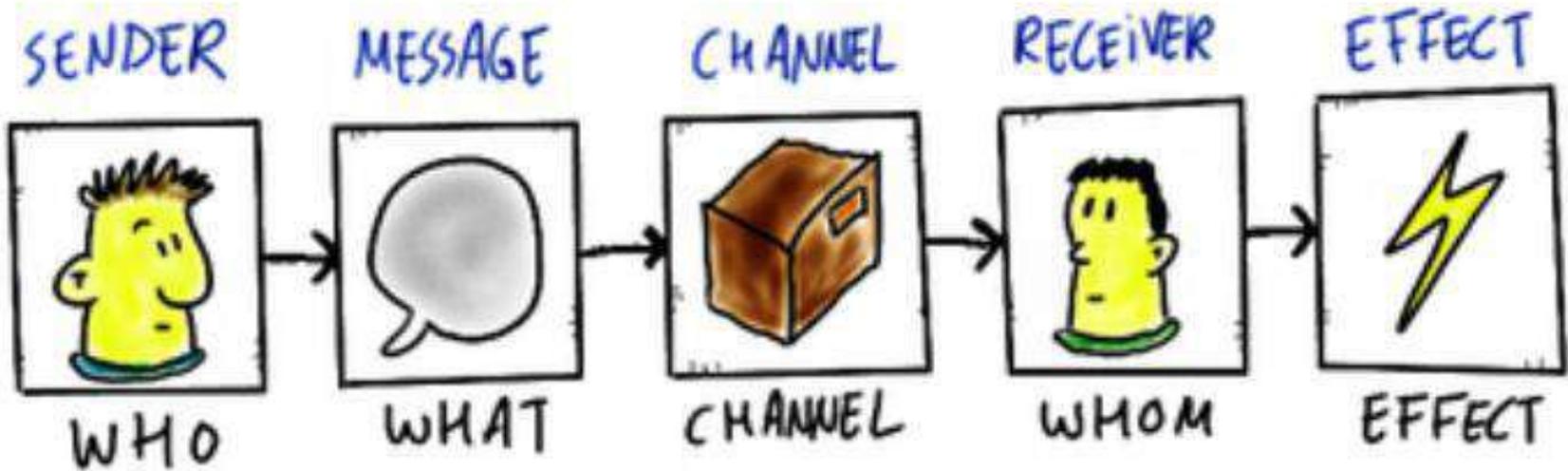
3.2. Codificación del mensaje: del emisor al receptor

POLLA



3. Comunicación oral y escrita

3.2. Codificación del mensaje: del emisor al receptor



## 3. Comunicación oral y escrita

### 3.3. Elección del modo de comunicación en función de las circunstancias



## 3. Comunicación oral y escrita

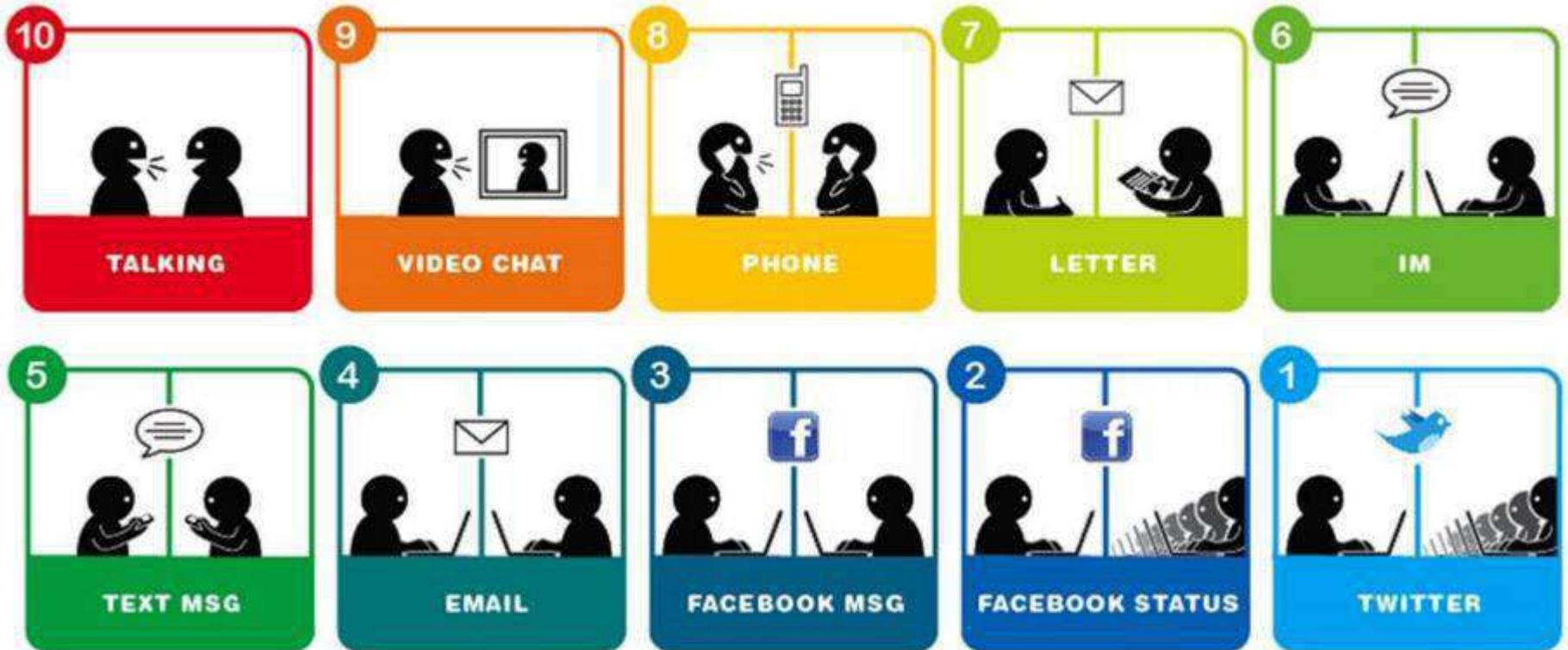
### 3.3. Elección del modo de comunicación en función de las circunstancias



## 3. Comunicación oral y escrita

### 3.3. Elección del modo de comunicación en función de las circunstancias

#### 10 LEVELS OF INTIMACY IN TODAY'S COMMUNICATION



### 3. Comunicación oral y escrita

#### 3.4. Tipos de documentos y su correcta redacción

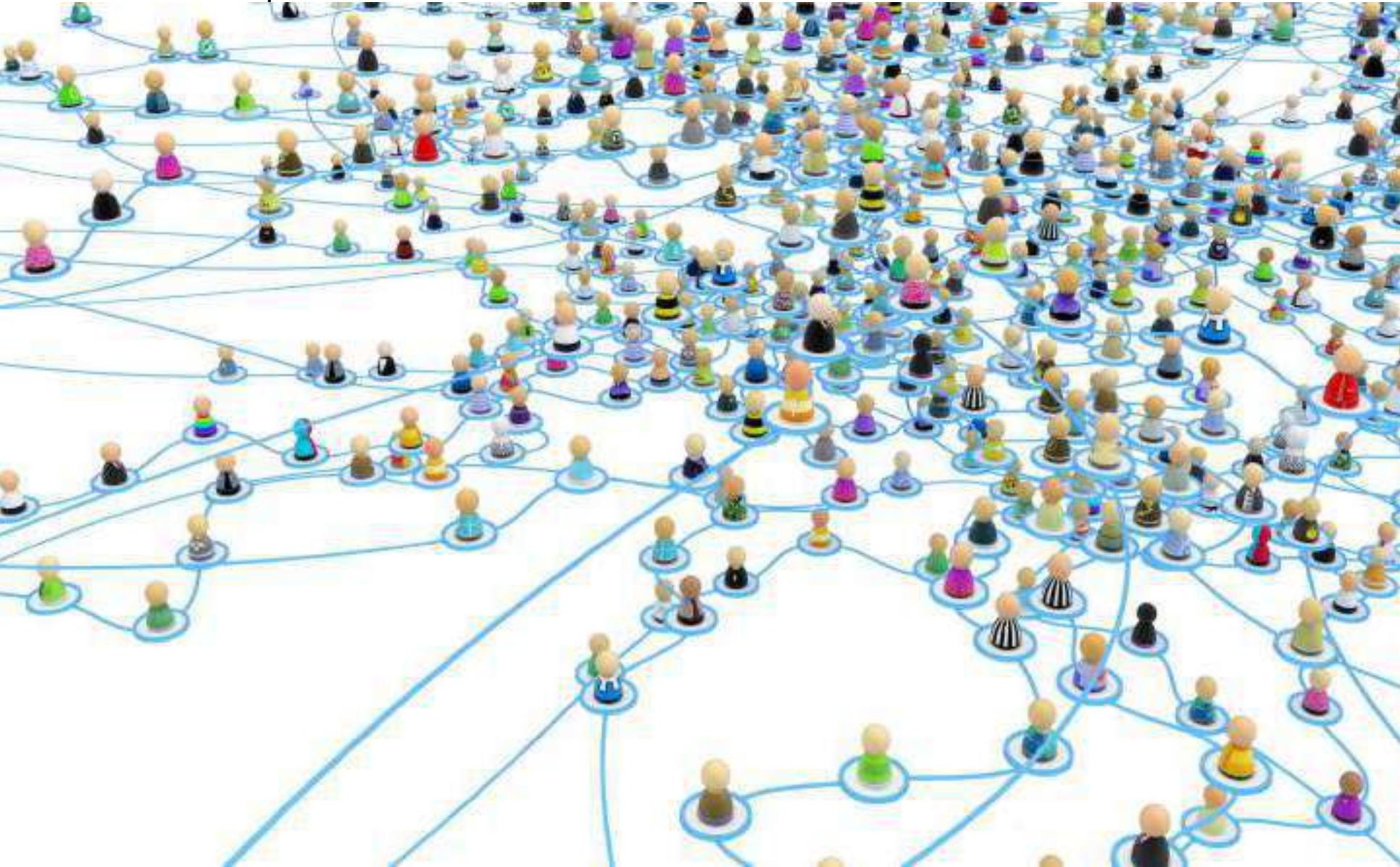
- Presentaciones
- Emails
- Informes

**Resumir y estructurar la información**



## 4. Las redes sociales

### 4.1. Redes personales



#### 4. Las redes sociales

##### 4.2. Redes virtuales



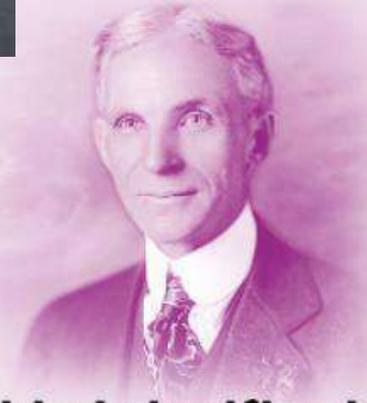


## 4. Las redes sociales

## 4.3. La marca persona

"Your brand is what people say  
about you when you're not in  
the room."

- Jeff Bezos



**“Calidad significa hacer  
las cosas bien incluso cuando  
nadie te está mirando”**

**Henry Ford**

#### 4. Las redes sociales

##### 4.3. La marca persona

Your SMILE is your  
LOGO, your PERSONALITY  
is your BUSINESS CARD,  
how you leave others  
feeling after an  
experience with you  
becomes your  
TRADEMARK.  
- Jay Danzie

## 4. Las redes sociales

### 4.3. La marca persona

- Acabar lo que se empieza
- Demostrar proactividad e iniciativa
- Resolución de problemas
- Orientación a resultados
- Sentido de la responsabilidad
- Actitud “comercial” a nivel presentación de entregables o venta
- Lealtad, honestidad, compromiso y compañerismo
- Promover el respeto y el “buen rollo” → Equipo
- Humildad y dejar que el trabajo y resultados hablen por sí mismo (también hacerlo ver)
- Descubrir en qué uno es bueno y disfruta
- ¡Actitud gana a aptitud!

