



#FPORIENTA

GUÍA PARA LA ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EL PROFESORADO

AUTORES

Alfonso Alcántara Gómez

Beatriz Blanca Pérez

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA SAILA

Lanbide Heziketako Sailburuordetza

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

Viceconsejería de Formación Profesional

#FPORIENTA

GUÍA PARA LA ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EL PROFESORADO

AUTORES

Alfonso Alcántara Gómez.

Psicólogo especializado en orientación profesional,
formador de orientadores/as y educadores/as.

Autor de Yoriento.com

Beatriz Blanca Pérez.

Psicóloga de metodología básica y formadora

EUSKO JAURLARITZA

HEZKUNTZA SAILA
Lanbide Heziketako Sailburuordetza



GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN
Viceconsejería de Formación Profesional



Cristina Uriarte Toledo
Consejera de Educación

La orientación profesional se refiere a las actividades dirigidas a ayudar a las personas, de cualquier edad y en cualquier momento de su vida, a tomar decisiones sobre su formación o su trayectoria profesional.

Vivimos en unos tiempos en los que la rápida evolución de las tecnologías y del sistema productivo demandan una permanente adaptación y redefinición de los aprendizajes, las competencias y las cualificaciones profesionales. Asimismo, se suceden con mayor frecuencia las transiciones entre la formación y el trabajo, así como entre las situaciones de empleo y de desempleo.

En este contexto, la orientación profesional juega un papel decisivo para respaldar a las personas en momentos de incertidumbre, bien porque necesitan decidir, entre las opciones formativas posibles, buscando aquellas que mejor se ajustan a sus intereses, o bien porque están en situación de desempleo o en riesgo de estarlo, y necesitan adquirir una cualificación más alta.

A través de la información y orientación profesional se hace asequible el conocimiento sobre el mercado laboral y las oportunidades de formación, organizando y sistematizando dicha información y haciendo que esté disponible en el momento adecuado, cuando las personas tienen necesidad de ella.

Con la Guía que ahora presentamos queremos ofrecer una herramienta útil a las y los profesionales de los centros integrados de Formación Profesional que trabajan en el ámbito de la Orientación Profesional, que iremos mejorando y enriqueciendo a partir de las valiosas experiencias que ya están desarrollando en los centros y con las que se desarrollen en el futuro.

La meta es facilitar a los centros integrados de Formación Profesional la organización de un plan sistémico de información y orientación profesional que dé respuestas adecuadas y eficientes a las personas de su centro, en un marco de trabajo cooperativo y con garantías de calidad.



Jorge Arévalo Turrillas
Viceconsejero de Formación Profesional

“Allí donde se cruzan tus dones y las necesidades del mundo está la vocación”. Aristóteles

La Viceconsejería de Formación Profesional del Departamento de Educación pretende que los centros integrados de Formación Profesional sean capaces de desarrollar todo su potencial de respuesta a las necesidades cambiantes de preparación de las personas, ofreciéndoles entre otros servicios y acciones relacionadas con la formación, la información y la orientación, la evaluación y la acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o por vías no formales de formación, que les ayuden entre otras cosas a mejorar su empleabilidad y su capacidad de emprender e innovar.

En el presente curso 2016-17 se han puesto en marcha en los centros integrados de Formación Profesional del País Vasco los Departamentos de Información y Orientación Profesional.

Esta Guía para la Orientación Profesional pretende ser un recurso que proporcione pautas a las y los profesionales que desarrollen las funciones de Orientación Profesional y les facilite y ayude en la planificación y desarrollo de las actuaciones dirigidas a las personas de su centro, ya estén cursando ciclos formativos o formación para el empleo, o estén vinculados al Procedimiento de Evaluación y Acreditación de Competencias Profesionales.

Estas personas han de encontrar en los centros integrados de Formación Profesional del País Vasco un servicio de Información y Orientación Profesional de calidad que les proporcione los medios para que sean protagonistas de la construcción de su recorrido de aprendizaje, formación, inserción, y vida profesional, teniendo en cuenta sus propias capacidades, intereses, conocimientos y experiencias previas, sin perder de vista los requerimientos competenciales del entorno productivo.

Este es un objetivo prioritario para la Viceconsejería de Formación Profesional con el que buscamos impulsar el trabajo colaborativo de todos los centros para la mejora y avance de uno de los servicios esenciales para nuestra sociedad, una información y orientación adecuadas a cada momento a través de unos servicios y unos departamentos de orientación profesional eficientes.

Índice de contenidos

1. Metodología de orientación en los centros de formación profesional	11
2. Orientaplust: guía breve para orientadores y orientadoras	13
2.1. Profesionales orientadores. Consejos para la excelencia, motivación y gestión de emociones	13
2.2. Valor. Puesta en valor y excelencia de la orientación profesional	18
2.3. Relación de orientación	21
2.4. Información. Gestión de contenidos y valor de la información	22
2.5. Orientabits. Elaboración de recursos orientadores	24
2.6. “Guías”. Elaborar materiales demandados y publicarlos online	29
2.7. Competencias. Las 10 habilidades del orientador	31
2.8. Presentaciones. Las 12 claves de una presentación eficaz	33
2.9. Eficiencia online. Servicios online y materiales grabados en orientación	34
2.10. “ORIENTAPLUS EXPRES”	35
3. Orientación profesional: una conceptualización histórica	37
3.1. Conceptualización de la orientación profesional	37
3.2. Objetivos y clasificación de la orientación profesional	40
3.3. Valor y necesidad percibida de la orientación profesional	42
3.4. Elementos básicos de la orientación profesional	44
4. MODELO. Organización, acciones y temáticas del servicio de orientación profesional	49
4.1. ELEMENTOS generales del modelo de orientación	49
4.2. TEMÁTICAS. Elección de contenidos y soluciones	55
4.3. ACCIONES. Tipos de acciones por objetivos, temáticas y formatos	58

5. FASES básicas del proceso de orientación profesional	73
5.1. FASE (I). EVALUACIÓN Y REGISTRO de la orientación	73
5.2. FASE (II). RELACIÓN. Competencias y contenidos de la relación de orientación	82
5.3. FASE (III). OBJETIVOS E ITINERARIOS en orientación profesional	88
6. TÉCNICAS básicas de orientación profesional	97
6.1. TÉCNICA (I). Información profesional	98
6.2. TÉCNICA (II). CONSEJO. Uso de recomendaciones en orientación	99
6.3. TÉCNICA (III). RACIONALIZACIÓN y animación en orientación	105
6.4. TÉCNICA (IV). COMPROMISO y gestión de expectativas	111
6.5. TÉCNICA (V). FACILITACIÓN directa del cambio en orientación	113
6.6. TÉCNICA (VI). MODELADO o aprendizaje vicario	123
6.7. TÉCNICA (VII). COACHING como herramienta de orientación profesional	127
7. ANEXO. MOTIVACIÓN para buscar empleo	135
8. ANEXO. CREENCIAS erróneas sobre la vida profesional	141
9. ANEXO. REGLAS para un curriculum o una presentación profesional eficaces (Material de trabajo del Manual #FPOrienta)	153
10. ANEXO. “HAZTITUD” PROFESIONAL (Material de trabajo del Manual #FPOrienta)	163
10.1. Cambiar, aceptar o quejarse: elige tu actitud	164
10.2. VALORES ¿Qué crees que te importa y qué te importa de verdad?	165
10.3. HAZTITUD La mejor actitud es hacer	166
10.4. PENSAMIENTOS Tu vida no es la que piensas, tu vida es la que haces	172
10.5. ACEPTACIÓN Siéntete como puedas pero haz lo que debas	175

11. ANEXO. NETWORKING	
(Material de trabajo del Manual #FPorienta)	177
11.1. Networking: “Deja de buscar oportunidades y empieza a conocer gente”.	177
11.2. Guía rápida de networking para el desarrollo profesional y el emprendimiento	181
11.3. Cuatro reglas básicas del networking: cuando haces A.P.O.P. ya no hay stop	187
11.4. Las siete competencias de los y las profesionales “súper sociales”	188
11.5. Eres un profesional 2.0 si sacas partido a la Web Social	192
12. ANEXO. Historias y metáforas en orientación profesional	195
13. ANEXO. CITAS, frases e ideas inspiradoras en orientación profesional	205
14. ANEXO. Ficha “ORIENTARECURSOS”	219
Presentación de Ficha Orientarecursos	219
Contenidos de la ficha Orientarecursos	220
15. ANEXO. SERVICIOS 2.0 y aplicaciones de interés para la orientación profesional	227
16. BIBLIOGRAFÍA y recursos online sobre orientación profesional	233
Recursos online. Servicios, materiales y publicaciones disponibles en la red	233
Bibliografía de orientación y desarrollo profesional	235



1. Metodología de orientación en los centros de formación profesional

El Manual #FPorienta es un material de apoyo para la implantación potencial del Plan de Orientación y Acción Tutorial.

El Decreto 46/2014, de 1 de abril, de regulación de los centros integrados de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma del País Vasco, establece el marco de actuación en relación a los servicios de información y orientación profesional que deberán prestarse desde los centros integrados de Formación Profesional.

El Decreto 46/2014, en su artículo 15.c) determina que entre los órganos de coordinación de los centros integrados se encontrará el Departamento de Información y Orientación Profesional.

También establece en su artículo 11 que los centros deben elaborar un Proyecto Funcional de Centro en el que, entre otras cuestiones, se deberá establecer el Plan de Orientación Profesional y Acción Tutorial.

El Plan de Orientación Profesional y Acción Tutorial, dentro del Plan Funcional del centro, es la estructura organizadora del conjunto de acciones, de información y orientación profesional y de apoyo y seguimiento, tanto a nivel individual como grupal, dirigidos tanto a las personas que cursan formación profesional inicial, como a las personas que siguen enseñanzas propias de la inserción o reinserción profesional o a las que desean evaluar sus competencias adquiridas a través de la experiencia laboral o de aprendizajes no formales, o a cualquier persona interesada en mejorar su cualificación.

El Plan de Orientación Profesional y Acción Tutorial comprenderá al menos:

- a) Las competencias, objetivos y contenidos (de orientación profesional, de apoyo y seguimiento) que se abordarán, adecuados a la diversidad de intereses y necesidades de las personas destinatarias.
- b) Las acciones que corresponden a los diferentes ámbitos, programas y profesionales del centro responsables de las mismas
- c) Planificación de dichas acciones a lo largo del curso académico
- d) Indicadores y criterios de evaluación del propio plan



SOLICITAR AYUDA



**ESPECIALIZACIÓN
Y CUALIFICACIÓN
CONTINUA**



**RETOS INDIVIDUALES
Y RETOS EN EQUIPO**



**NUEVAS
HERRAMIENTAS**



**ESTANDARIZAR
LA CALIDAD DEL
SERVICIO**



**GESTIONAR EL
TIEMPO**



PRIORIZAR



**GESTIÓN DE
EMOCIONES**



**GESTIÓN DE
CONTENIDOS Y
RECURSOS**

2. Orientaplus: guía breve para orientadores y orientadoras

Orientaplus es un capítulo de introducción motivadora en el que recogemos algunos consejos *básicos* de buenas prácticas en orientación profesional desarrollados en el Manual #FPORienta.

Los contenidos de Orientaplus inciden sobre los aspectos prácticos más importantes en orientación: la mejora del servicio de orientación, el desarrollo de los profesionales de la orientación, la relación con las personas usuarias, la evaluación de los problemas y de los avances, y la intervención para alcanzar los objetivos de los usuarios y usuarias.

2.1. Profesionales orientadores. Consejos para la excelencia, motivación y gestión de emociones

Los y las profesionales de la orientación, como otros profesionales que trabajan ayudando a personas, están sometidos a una especial presión para alcanzar los objetivos propuestos.

Estos son algunos consejos aplicados para buscar la excelencia, mantener la motivación y prevenir los problemas emocionales de las y los profesionales orientadores.

→ Solicitar ayuda

Un profesional o una profesional de la orientación debe pedir ayuda y compartir conocimiento, dudas, experiencias, métodos y casos con otros profesionales de la orientación.

¿El o la profesional de la orientación está bien “orientado”? ¿Se aplica su propia medicina y es modelo para sus usuarias y usuarios?

→ Especialización y cualificación continua

Participa en actividades externas de formación y mejora profesional, y organiza acciones propias de formación que puedan convertirse en referentes en la comunidad.

Especialízate, enfócate en una temática, una herramienta, un sector o perfil profesional y conviértete en una persona referente.

→ Retos individuales y retos en equipo

Plantearse retos es un motivador natural de las personas que además mantiene la moral de los equipos.

Por ejemplo, estos serían algunos retos sencillos en el contexto de un servicio de orientación:

- » Elaborar un blog del servicio de orientación
- » Crear un ebook de búsqueda de empleo aplicada para las usuarias y usuarios
- » Diseñar una herramienta para el seguimiento de los casos con una aplicación online o una hoja de cálculo
- » Plantearse la inserción de un número determinado de personas en un plazo determinado, etc.

→ Nuevas herramientas

Utilizar nuevos dispositivos y recursos digitales y multimedia incrementa la eficacia, la motivación de participar por parte de las personas usuarias y, en general, mejora la validez aparente y la reputación del proceso de orientación.

→ Estandarizar la calidad del servicio

Estandarizar es elaborar la organización, terminología, actividades y metodología con arreglo a un estándar o patrón determinado que permite la comunicación y la mejora.

Los procedimientos previamente establecidos y consensuados previenen inercias y “costumbres etiquetadoras”, facilitan la colaboración entre los y las profesionales y entre servicios o centros, mejoran la evaluación, la comunicación y la compartición de técnicas y resultados.

Hay que elaborar un modelo de orientación estándar, compartido y flexible pero no sujeto a improvisación permanente. Se trata de establecer y seguir procedimientos que faciliten la mejora continua evitando la impulsividad y la invención de “métodos nuevos para cada caso o cada situación”.

Evalúa la orientación pero no la “inventes” todos los días. Si algunas partes del procedimiento no funcionan, éstas deben ser revisadas pero sin rechazar el procedimiento en su totalidad.

La estandarización debe permitir la creatividad y adaptación de las propuestas realizadas por cada centro y cada orientador y orientadora a los intereses de las personas beneficiarias del servicio.

→ Gestionar el tiempo

La productividad en orientación tiene que ver con acciones de gestión del tiempo: asignar un número de sesiones máximo por día, teniendo en cuenta también el tiempo dedicado a la preesión y postsesión para actividades de revisión, registro, etc; hacer pausas para registrar, para revisar el procedimiento, parafrasear para ganar tiempo, etc; y cuando sea necesario, suspender la sesión para reflexionar sobre el caso.

→ Priorizar

Una orientación eficiente dedica más recursos y esfuerzos a los problemas más importantes y estratégicos, y realiza evaluaciones e intervenciones selectivas sobre los aspectos fundamentales, no sumativas sobre todos los aspectos.

Por ejemplo, si el networking es la técnica más eficaz para encontrar oportunidades en muchos sectores profesionales, es preciso dedicar más tiempo en orientación a la gestión de contactos que al resto de técnicas.

→ Gestión de contenidos y recursos

El y la profesional orientadora debe en primer lugar gestionar la información y recursos relacionados con los intereses de las personas usuarias: ofertas de empleo, recursos formativos y experienciales, etc.

Céntrate en la búsqueda y elaboración de recursos de valor en lugar de redundar en los recursos ya accesibles.

→ Gestión de emociones del profesional orientador y orientadora

Los y las profesionales que trabajan con personas deben aprender a manejar la ansiedad y el desánimo en un contexto donde las personas usuarias pueden sufrir problemas de cierta gravedad, y en el que las metodologías siempre están sometidas a evaluación y crítica.

Es un factor clave para el equilibrio profesional mantener una buena disposición para aceptar la desaprobación y el rechazo. Como profesional, no te tomes los problemas como algo personal porque seguramente también se lo están haciendo a las demás personas ;)

Una buena gestión de emociones pasa por el control de expectativas de las usuarias y usuarios, la prevención de la descualificación, la evitación del aislamiento profesional buscando el apoyo entre profesionales orientadores y orientadoras, la práctica de habilidades sociales y de asertividad para enfrentar la presión de personas compañeras y usuarias, y la aplicación de técnicas de relajación y aceptación cuando se considere necesario.

Manejo de la ansiedad del profesional y la profesional orientadores

En muchos momentos, los y las profesionales orientadores pueden experimentar emociones negativas y ansiedad, lo que les lleva en ocasiones a intentar evitar o escapar de sus funciones y actividades como profesionales.

Por ejemplo, cuando el caso es “confuso” o no están claros los objetivos que deben perseguirse, pueden aparecer pensamientos negativos que generan angustia del tipo “estoy perdido o perdida”, “no tengo ni idea de qué decirle a esta persona”, etc.

Algunas habilidades para manejar la ansiedad del profesional y la profesional orientadores

- » Definir operativamente los objetivos para evitar procesos de orientación confusos y desmotivadores. La ansiedad se ve reducida en la medida en que el y la profesional orientadora sabe lo que tiene que hacer y cómo hacerlo, en la medida en que sigue el procedimiento.
- » Conceptualizar adecuadamente la orientación. El y la profesional no debe tener siempre respuestas, no ha de ofrecer “soluciones directas” sino métodos, no ha de conseguir objetivos sino ayudar a planificarlos y perseguirlos, eso sí, de forma eficaz. Es el usuario o usuaria quien debe conocer sus intereses, buscar alternativas, seleccionar objetivos, poner en marcha y seguir un plan para alcanzarlos.
- » Asumir la falta de respuestas del profesional orientador u orientadora como parte del proceso y no como incapacidad. Lo importante es buscar respuestas, no tenerlas en todo momento.
- » Aceptar que determinados objetivos de la persona usuaria no pueden cumplirse, al menos a corto plazo, y que dependen de su motivación y competencias.
- » Asumir las críticas de las personas usuarias y sus estados de ánimo como parte del proceso.
- » Aprender a realizar entrenamientos de autorelajación.
- » Pedir el apoyo o asesoramiento de otros profesionales compañeros y compañeras.

Manejo del cansancio y la desmotivación

También en ocasiones los profesionales orientadores u orientadoras sufren el cansancio en la prestación de los servicios de orientación y la desmotivación para prestarlos. En el caso de la ansiedad, el profesional evita trabajar, se siente mal. Un profesional cansado y/o desmotivado no tiene ganas de trabajar y no se implica en cada caso.

Algunas habilidades para prevenir el cansancio y la desmotivación

- » Definir objetivos evaluables y medibles prevendrá la desmotivación del y de la profesional y de la persona beneficiaria del servicio.
- » Seguir el procedimiento y ver el “final” de los casos. Dejar los casos a medias es menos motivador que finalizarlos o cerrarlos provisionalmente.
- » Tangibilizar la orientación: registrar y ordenar los casos, sus actividades y resultados, de forma detallada.
- » Plantearse retos individuales y en equipo: mejorar la metodología, elaborar publicaciones o herramientas, compartir objetivos con compañeros y compañeras profesionales, etc.
- » Compartir experiencias y casos con otros profesionales orientadores y orientadoras y participar en actividades de formación profesional.
- » Poner en valor la orientación a las personas usuarias. Si ellas la valoran más, también los y las profesionales lo harán.
- » Evaluar y modificar de forma continua los procedimientos en función de los resultados, lo que redundará en la autopercepción de profesionalidad.
- » Al igual que en el manejo de la ansiedad, el y la profesional orientadora debe aceptar que determinados objetivos de la persona usuaria no pueden cumplirse, al menos a corto plazo, y que el estado de ánimo de la persona no debe tener relación directa con la motivación del y de la profesional.
- » Gestionar el tiempo para prevenir el cansancio y el desánimo. Asignar un número de sesiones máximo por día, teniendo en cuenta también el tiempo dedicado a la pre-sesión y postsesión para actividades de revisión, registro, etc.

→ Estatus profesional y científico.

En el ámbito de las ciencias sociales se cuestiona la validez y fiabilidad de los métodos empleados, por lo que los profesionales orientadores y orientadoras deben prestar especial atención a incrementar la validez y efectividad de sus prácticas.

Estas son algunas ideas para mejorar el estatus profesional y científico de la orientación profesional.

→ Investigar también en orientación. Desarrollar competencias investigadoras, estandarizar procedimientos, realizar registros y estudios de caso, mejorar las acciones y herramientas de evaluación (autoobservación, observación por parte de otras personas, listas de chequeo) y, en general, convertir a las usuarias y usuarios en sujetos de investigación.

→ Crear comunidad en orientación profesional. Comunicar, publicar y compartir métodos, contenidos, recursos y resultados para obtener el feedback de otros y otras profesionales.

→ Especialización como vía de incremento de la calidad del servicio de orientación.



2.2. Valor. Puesta en valor y excelencia de la orientación profesional

Lo que no cuesta no vale

La orientación profesional ha sido y es, con carácter general, un servicio público y gratuito prestado especialmente a personas en situación de desempleo. Por otra parte, la orientación profesional que está incluida en el ámbito educativo no forma parte del curriculum formativo convencional y la participación en sus actividades es voluntaria, por lo que no tiene peso académico.

La orientación como disciplina debe ponerse en valor resaltando la eficacia de sus servicios y profesionales orientadores y orientadoras con contenidos de calidad que se adapten a los intereses de las usuarias y usuarios, y con procedimientos de inscripción que incentiven la participación.

Marca: los profesionales orientadores y orientadoras deben ser buenos profesionales, pero también deben parecerlo.

Los servicios y los y las profesionales de la orientación profesional deben crear marcas atractivas y reconocibles para mejorar la reputación de la disciplina.

El coaching es una técnica socrática que proviene de la psicología y que también forma parte del bagaje metodológico de la orientación profesional. Desde el punto de vista del marketing, la orientación profesional debe aprender cómo se ha fortalecido la marca “coaching” hasta penetrar incluso en el ámbito de la empresa.

Consejos para la puesta en valor de la orientación

→ Orientación personalizada

La orientación de calidad es personalizada y, por tanto, individual. Pero una orientación grupal o no personalizada también puede y debe ajustarse en lo posible a los intereses del grupo o a los perfiles de las personas que se benefician de ella con mayor frecuencia.

→ Presentación

Presentar el servicio de orientación de forma concreta, explicando su utilidad y recursos empleados.

→ Tangibilizar

Visibilizar y hacer tangibles los resultados de un proceso de orientación para que se puedan percibir y valorar de manera clara y precisa.

→ Realismo

Controlar expectativas poco realistas de los usuarios y usuarias, y relacionar los beneficios potenciales de la orientación con la inversión y tiempo dedicados por su parte.

→ Procedimientos

Registrar de forma sistemática el proceso de orientación y mejorar en general los procedimientos para mejorar su validez y fiabilidad.

→ “Colaboradores internos”

Poner en valor la orientación también para los y las profesionales de otros ámbitos que colaboran con los profesionales orientadores y orientadoras, o que prestan sus servicios en las mismas dependencias.

→ No “repartir”

Gestionar de forma eficiente los recursos del servicio de orientación para valorar los comportamientos positivos de las usuarias y usuarios.

No “repartir” los recursos de forma arbitraria o desde el igualitarismo (café para todas las personas).

→ **Contenidos**

Elaborar contenidos informativos y orientadores valiosos, didácticos e interesantes en formatos y canales accesibles.

→ **“Nuevas tecnologías”**

Utilizar herramientas, servicios y recursos online, digitales y gamificados.

→ **Innovar**

Experimentar técnicas y estilos de aplicación de la orientación profesional, probar lo que no se ha intentado, utilizar lo que no se ha utilizado, encontrar lo que se necesita e indagar nuevos métodos y recursos.

Nada hay más innovador que hacer algo nuevo, algo que muchas veces ya estaba ahí.

→ **Reorganizar**

Adaptar los métodos oficiales o convencionales para hacerlos más eficaces y atractivos. Se trata de poner en valor y de reinventar los procedimientos y actividades obligatorios que no podemos evitar.

Por ejemplo, en los servicios públicos de empleo o en servicios educativos debemos intentar reconvertir las actividades burocráticas de toma de datos en entrevistas ágiles y útiles de evaluación de orientación, que cuiden además la relación con las personas beneficiarias.

También es interesante intentar explotar los recursos infrautilizados de la organización por parte del servicio de orientación. Se trata de acceder, gestionar y hacer accesible con más eficacia y visibilidad los recursos disponibles, para la orientación y para el desarrollo de la carrera del profesional.

→ **Reiniciar**

Reiniciar los casos de orientación que no avanzan para evitar el abandono de la persona usuaria y la mala reputación del servicio. Es importante dejar de hacer “más de lo mismo” cuando claramente no se consiguen suficientes logros en el proceso de orientación.

Se puede “reiniciar el caso” redefiniendo el objetivo u objetivos, rediseñando los pasos o elementos del plan o itinerario, mejorando la aplicación de las técnicas y recursos o cambiándolas.

→ **Relación, también online**

La validez aparente de la orientación depende en gran parte de la capacidad de los y las profesionales para crear y mantener relaciones positivas y ágiles con las personas usuarias.

En un mundo conectado, la calidad de los servicios a las personas tiene que ver con el uso de múltiples canales online de comunicación (chats, newsletter, blogs, redes sociales, etc.), y la inmediatez de las respuestas ofrecidas en determinados casos.

→ **Autonomía**

No abusar de las técnicas de consejo directo (“debes hacer esto”) y de racionalización (“estás equivocado, te lo voy a demostrar”) que generan dependencia en la usuaria o usuario. Un servicio de orientación eficaz le anima a experimentar, a reflexionar y a tomar sus propias decisiones.

→ **No sobreintervenir**

La intervención en orientación profesional debe ser selectiva y muy medida. Es muy difícil valorar cuándo un cambio va a ser mejor que la situación actual. A veces, no hacer nada puede ser una buena opción, sobre todo cuando no está claro que hacer algo sea una mejor opción.

En caso de duda, no intervenir. En general, es un buen principio intervenir de forma muy focalizada, de forma experimental, durante un breve periodo de tiempo, con los mejores recursos disponibles y evaluar los resultados de forma frecuente.

→ **Contacto con empresas**

El contacto con empresas pone en valor y provee de recursos al servicio de orientación profesional, crea una motivación suplementaria en la persona que participa en el proceso de orientación, y genera autoridad y confianza en los profesionales orientadores y orientadoras.

Un contacto de calidad con empresas facilita:

- » Información sobre el mercado de trabajo valiosa para diseñar las actividades de orientación
- » Recursos de prácticas y experiencias formativas para las personas usuarias
- » Posibilidades de empleos directos para las personas usuarias

2.3. Relación de orientación

Una buena relación entre el o la profesional de la orientación y la persona que acude al servicio es clave para la obtención de resultados en el proceso.

La relación de orientación es el vínculo que se crea entre ambas personas, basado en la valoración de la orientación, la aceptación mutua y la empatía, en el clima positivo, en el respeto de las reglas establecidas y en la voluntariedad.

El profesional orientador u orientadora debe asumir que “el usuario o usuaria siempre tiene la razón” porque es la única forma de que ésta pueda cambiar de opinión. La resistencia al cambio no debe ser un obstáculo para el proceso de orientación sino un objetivo más del mismo. En todo caso, las personas usuarias son como los profesionales orientadores y orientadoras, porque éstos también creen tener la razón ;)

Claves sencillas para una buena relación de orientación

- » Precisión en los comentarios: describir comportamientos y objetivos concretos, evitar juzgar, generalizar y etiquetar
- » Concentración en el aquí y ahora: centrarse en soluciones, no en problemas
- » Elección de palabras y cualidad de la voz: relación agradable pero formal
- » Entrar en el marco de referencia de la persona usuaria
- » Comprobar si va comprendiendo
- » Poner ejemplos del propio problema con otras personas, e ilustrar con ejemplos cercanos
- » Reforzar la emisión de preguntas y la participación
- » Hablar de temas ajenos a la orientación
- » Escuchar y respetar críticas

2.4. Información. Gestión de contenidos y valor de la información

Valor de la información: segmentación, relevancia, actualización y accesibilidad

Es importante gestionar fuentes y contenidos para elaborar información adaptada a los perfiles de las personas beneficiarias del servicio de orientación, de valor (difícil de encontrar y que facilite la consecución de objetivos), actualizada y fácil de consultar y aplicar.

Por ejemplo, un listado de empresas potenciales ofertadoras de empleo tiene más valor si solo muestra aquellas organizaciones que están ofreciendo puestos actualmente, relacionados con la especialidad de las personas beneficiarias y en un formato accesible, por ejemplo, una hoja de cálculo que puede ser descargada y utilizada directamente para la realización de candidaturas.

Gestión de información en orientación profesional

Temáticas informativas frecuentes: Ficha “OrientaRecursos”

Las temáticas informativas tienen que ver con los intereses de las usuarias y usuarios y de los profesionales orientadores y orientadoras: la búsqueda de empleo, el emprendimiento, la formación y el desarrollo profesional en general.

Un servicio de orientación debe desarrollar una gestión de contenidos sistemática y continuada para obtener, organizar y actualizar la información necesaria y elaborar los recursos informativos y orientadores adecuados para las personas beneficiarias del mismo.

La **ficha OrientaRecursos (Ver ANEXO)** es un inventario de recursos para el desarrollo profesional y la búsqueda de oportunidades. Incluye información, recursos y contenidos para la orientación profesional de utilidad para los y las profesionales y para personas usuarias en un ámbito geográfico y temático determinados, que debe ser elaborada por cada profesional orientador u orientadora y/o por cada servicio o centro.

Actividades y fases de la gestión de contenidos informativos

La gestión de información para un servicio de orientación profesional implica estas actividades:

1. FUENTES. Búsqueda y selección de fuentes informativas para cada temática
2. REVISAR. Revisión periódica de las fuentes seleccionadas
3. RECOPIRAR. Registro y organización de la información obtenida
4. PRODUCIR. Elaboración y actualización de “productos informativos” con los formatos adecuados para cada canal y cada perfil de persona usuaria. Por ejemplo, serían productos informativos una lista semanal de ofertas de empleo publicada en el blog del servicio y/o enviada mediante una newsletter, o una guía de trámites para la constitución de una empresa en formato pdf
5. OFRECER. Puesta a disposición de los productos informativos para el servicio de orientación y para las personas beneficiarias del mismo

Colaboración en la gestión de contenidos informativos

→ 1. Gestión individual o no colaborativa de contenidos

Cada profesional orientador u orientadora del servicio se encarga de manera independiente de obtener y organizar la información y recursos que necesita en su desempeño orientador.

La gestión individual o no colaborativa es muy poco eficiente porque se crean duplicidades (muchas personas realizan la misma gestión) e impiden el aprendizaje producto de la coordinación.

→ 2. Gestión colaborativa de contenidos intra servicio

Los y las profesionales de un mismo servicio o centro de orientación establecen una colaboración que, generalmente, puede implicar también la especialización, de tal manera que cada orientador y orientadora asuma la gestión de un tipo de contenidos o herramientas.

De esta forma, por ejemplo, un profesional orientador u orientadora del servicio podría ocuparse de obtener y organizar la información sobre ofertas de empleo relacionadas con los sectores profesionales y los ámbitos geográficos elegidos, mientras que otro u otra podría centrarse en recopilar información sobre ofertas formativas.

→ 3. Gestión colaborativa de contenidos entre servicios

Diferentes servicios o centros de orientación que formen parte de una misma red pueden coordinarse para especializar la gestión de contenidos.

De esta forma, por ejemplo, un servicio o centro podría ocuparse de mantener un blog para toda la comunidad de centros, publicando los contenidos que reciban del resto; otro centro podría especializarse en la gestión de contenidos relacionados con el emprendimiento, etc.

2.5. Orientabits. Elaboración de recursos orientadores

Los orientabits o “trocitos orientadores” son contenidos orientadores utilizados con frecuencia por los y las profesionales del servicio. Al igual que los contenidos informativos, los orientabits deben estandarizarse y actualizarse para aplicarse en los procesos de orientación.

Tipos de orientabits

1. Preguntas orientadoras (VER “TÉCNICA COACHING”)
2. Dinámicas o tareas activadoras para los y las usuarias
3. Datos objetivos
4. Casos, ejemplos y modelos profesionales
5. Historias y consejos metafóricos (VER ANEXO “HISTORIAS”)
6. Citas inspiradoras y consejos breves (VER ANEXO “CITAS”)
7. Imágenes e infografías
8. Vídeos
9. Técnicas de orientación profesional (VER “TÉCNICAS DE ORIENTACIÓN”)
10. Aplicaciones online, servicios 2.0 y herramientas para la orientación profesional (VER ANEXO “APLICACIONES ONLINE”)
11. Orientabits informativos

1. Preguntas orientadoras (VER “TÉCNICA COACHING”)

El uso de preguntas en orientación facilita y motiva a las personas a buscar alternativas y soluciones, y a tomar decisiones de una forma más autónoma. El uso de preguntas indagatorias es un método socrático que caracteriza las prácticas de coaching.

#Ejemplo de pregunta orientadora: ¿Qué debería estar haciendo ahora?

Se trata de una pregunta orientadora que hace consciente a las personas usuarias de los objetivos que persiguen y de la dedicación que les prestan.

#Ejemplo de pregunta orientadora: ¿Vives como Tito o vives como Pep?

Cuenta alguien que creció con Pep Guardiola y Tito Vilanova en La Masía (centro de formación del Fútbol Club Barcelona), ambos ex entrenadores del primer equipo, que la gran diferencia entre ambos es que Pep, en medio de una tormenta, buscaría desesperado un paraguas lamentando no haber salido de casa con uno, y probablemente lo encontraría. Pero Tito diría: “Tranquilo, va a escampar”, y no se inmutaría.¹

2. Dinámicas o tareas activadoras para las personas usuarias

Las “dinámicas” en orientación son actividades en las que se propone una tarea o un juego a una persona usuaria o grupo de personas para que experimenten y/o deduzcan desde la práctica el concepto o consejo que se les quiere trasladar.

#Ejemplo. Dinámica de las “horas dedicadas”.

Se invita a los usuarios y usuarias a valorar las decisiones de inversión temporal o económica que toman respecto a sus objetivos, comparados con otras alternativas. Tras la dinámica se pueden hacer estas preguntas orientadoras:

¿Qué podrías haber hecho para mejorar tu vida profesional o alcanzar tus objetivos con el tiempo que invertiste en la universidad y que no ha sido muy rentable?

¿Qué podrías hacer ahora con ese tiempo en lugar de estudiar un nuevo grado universitario?

3. Datos objetivos

Las personas queremos decidir basándonos en datos. La orientación profesional debe proveer información específica y contrastada para motivar el cambio de las personas que acuden al servicio de orientación. Los datos no son consejos del profesional orientador, son la “realidad objetiva” y las personas están más dispuestas a tenerla en cuenta.

#Ejemplo de dato objetivo.

¹ http://deportes.elpais.com/deportes/2012/09/23/actualidad/1348436381_187203.html

Al 80% de los empleos se accede por contactos o relaciones personales, no por técnicas convencionales de búsqueda.

4. Casos, ejemplos y modelos profesionales

Los casos reales son recursos inspiradores y motivadores en orientación porque muestran lo que otras personas consiguieron hacer y los métodos que emplearon para alcanzar sus objetivos.

Además, las redes sociales facilitan acceder a información sobre aquellos y aquellas profesionales a los que “nos queremos parecer” y de las que queremos aprender.

#Ejemplo. Caso de la arquitecta reinventada.

Una profesional se graduó en Arquitectura en 2006 (año anterior del inicio de la crisis inmobiliaria) y decidió reinventarse como programadora tras el paso por un grado superior de Formación Profesional culminado en 2014.

5. Historias y consejos metafóricos (VER ANEXO “HISTORIAS”)

El uso de historias y metáforas en orientación profesional es fundamental para aplicar las técnicas de consejo, para ayudar a la persona que participa en el proceso de orientación a analizar problemas y encontrar soluciones, para tomar conciencia, para buscar nuevos enfoques y para crear un clima didáctico y motivador en las sesiones individuales y grupales de orientación.

#Ejemplo de historia: el empleado despistado

-Martínez, ¿por qué no está usted trabajando?

-Es que no le vi llegar, jefe

#Ejemplo de historia: la botella rota

Una madre envía a sus 3 hijos para que compren una botella de aceite pero vuelven con la botella rota y solo queda la mitad de aceite.

El primer hijo le dice que se siente muy desgraciado porque ha perdido la mitad del aceite.

El segundo hijo está contento porque ha salvado la mitad del aceite.

El tercero comprende que se ha salvado una mitad del aceite pero también se ha perdido la otra mitad y le dice:

-Mamá, voy al mercado y trabajaré muy duro el resto del día limpiando y cargando.

Ganaré unas monedas y por la tarde volveré con la botella de aceite llena.

Tras narrar esta historia podría hacerse a la persona usuaria esta pregunta orientadora: ¿Por qué diríamos que el tercer hijo ha tenido una ‘buena actitud’ o la ‘mejor actitud’?

6. Citas inspiradoras y consejos breves (VER ANEXO “CITAS”)

El uso de citas inspiradoras en orientación profesional, al igual que las historias y metáforas, es fundamental para aplicar las técnicas de consejo, para ayudar a la persona usuaria a analizar problemas y encontrar soluciones, para tomar conciencia, para buscar nuevos enfoques y para crear un clima didáctico y motivador en las sesiones individuales y grupales de orientación.

#Ejemplo de cita inspiradora

Aceptar que no siempre se puede no es un fracaso, es un signo de madurez que puede abrir otras puertas (Yoriento.com)

#Ejemplo de consejo breve

En lugar de pedirnos y pedir a los y las demás que mejoren su actitud, díles qué tienen que hacer para mejorar

7. Imágenes e infografías

Una imagen no vale más que mil palabras, si son buenas ;) Pero una imagen interesante, divertida, motivadora, sugerente o atractiva sirve para introducir una temática, permite la transmisión directa y sencilla de información o consejos, hace más didácticas y ligeras las presentaciones, facilita el recuerdo y es muy fácil de difundir en el contexto online.

Las infografías son recursos valiosos en orientación porque integran la fuerza de la imagen con la información que ofrece el texto que incluyen.

#Ejemplo. Infografía con los 9 pasos para la reinversión profesional.

Se trataría de una imagen muy efectiva para introducir o motivar a los usuarios y usuarias a leer una guía de reinversión profesional de 100 páginas ;)

8. Videos

Los vídeos son los orientabits o recursos orientadores más versátiles y motivadores, y deben ser utilizados de forma frecuente en la práctica orientadora, tanto que los y las profesionales de la orientación deben desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y edición de vídeo para crear sus propios materiales audiovisuales.

#Ejemplo. El vídeo del youtuber @jpelirrojo

Este youtuber (que cuenta con un millón de fans) ganó gracias a este **vídeo** un concurso de Youtube que cambió su vida profesional, y que sirve para introducir su caso profesional como ejemplo de “haztitud”, “trabajando en lo que podía mientras dedicaba tiempo a lo que quería”.

9. Técnicas de orientación profesional (VER “TÉCNICAS DE ORIENTACIÓN”)

Las técnicas de orientación profesional son procedimientos aplicados basados en la psicología y otras disciplinas científicas que pretenden conseguir el cambio de comportamiento, actitudes y hábitos, y el desarrollo de competencias de los y las profesionales que quieren alcanzar objetivos específicos.

#Ejemplo. *Técnica de consejo*: “haz esto para conseguir aquello”.

10. Aplicaciones online, servicios 2.0 y herramientas para la orientación profesional (VER ANEXO “APLICACIONES ONLINE”)

Las aplicaciones online y las herramientas para la orientación profesional tienen diversas utilidades, como la gestión y elaboración de contenidos informativos y orientadores, la elaboración de currículos y presentaciones profesionales online, la elaboración y publicación de contenidos audiovisuales o el desarrollo de actividades formativas, videoconferencias y presentaciones didácticas.

#Ejemplo. Camtasia, aplicación de screencast.

Aplicación para grabar y editar vídeo sobre pantalla para producir videotutoriales, presentaciones o guías didácticas de orientación y formación. Camtasia permite realizar capturas de pantalla, resaltar áreas con animaciones, la reconstrucción de clips, anotaciones, la sincronización de audio con subtítulos etc.

11. Orientabits informativos

La información es orientadora, así que cualquier contenido informativo paquetizado como un recurso orientador podremos definirlo como “orientabit” ;)

#Ejemplo. Listado de portales de empleo online

2.6. “Guías”. Elaborar materiales demandados y publicarlos online

El servicio de orientación debe elaborar, estandarizar y organizar para su fácil actualización, consulta y difusión aquellos materiales o **contenidos especialmente didácticos** que tengan una temática demandada y un uso más frecuente, materiales que podríamos denominar “**guías**”.

Estas guías estarían incluidas en la ficha ORIENTARECURSOS (VER ANEXO).

Por ejemplo, si las personas que participan en orientación solicitan con frecuencia información y consejos sobre la confección de su curriculum, la superación de entrevistas de trabajo, las ofertas de empleo relacionadas con su especialidad formativa, o los trámites actualizados para la constitución de una empresa o el desarrollo de una actividad profesional autónoma, el servicio de orientación debe elaborar y **estandarizar materiales relativos a estas temáticas** que puedan emplearse en actividades de orientación presenciales y online, y ponerse a disposición para consulta y descarga.

Las guías o materiales de uso frecuente deben estar **accesibles online** a las potenciales personas que soliciten el servicio de orientación. Para ello pueden publicarse en formato artículo en un blog, en una wiki, en un documento Google Docs, en un portal de vídeos o de podcasts, etc.

A modo de inspiración, te presentamos las **15 guías-artículos más visitados en el portal Yoriento.com**, que revelan las temáticas más atractivas para las personas con interés por la mejora y el desarrollo profesional.

→ 22 ideas para ser superprofesional

<http://yoriento.com/2015/08/ser-superprofesional.html/>

→ Cuatro consejos que me hubiera gustado recibir en mi vida profesional

<http://yoriento.com/2016/02/consejos-vida-profesional.html/>

→ Guía de reinención profesional

<http://yoriento.com/2013/09/guia-reinencion-profesional-orientacion-coaching-empleo.html/>

→ Guía de marca personal y reputación online

<http://yoriento.com/2015/06/guia-marca-personal-reputacion-online.html/>

→ Guía del empleo 2.0 y búsqueda de oportunidades

<http://yoriento.com/2013/02/guia-del-empleo-2-0-como-buscar-trabajo-y-oportunidades-en-internet-y-las-redes-sociales-i-ideas-para-empezar-2.html/>

→ **Píldoras de motivación para buscar trabajo**

<http://yoriento.com/2009/02/8-pildoras-de-motivacion-para-buscar-trabajo-449.html/>

→ **Guía de networking para las y los profesionales, emprendedores y emprendedoras**

<http://yoriento.com/2009/06/guia-de-networking-para-el-empleo-y-los-emprendedores-542.html/>

→ **Siete claves para desarrollar tu talento y tu empleabilidad**

<http://yoriento.com/2015/10/talento-empleabilidad-cap1.html/>

→ **Reinventarse como emprendedor o emprendedora**

<http://yoriento.com/2014/08/reinventarse-emprendedor.html/>

→ **10 ideas para convertirte en un o una profesional 2.0**

<http://yoriento.com/2013/03/10-ideas-para-convertirte-en-un-profesional-2-0.html/>

→ **Las verdades sobre Twitter y las redes sociales**

<http://yoriento.com/2012/10/las-10-verdades-del-barquero-sobre-twitter-contenidos-networking-y-reputacion-para-el-exito-en-redes-sociales-747.html/>

→ **Cómo decidir**

<http://yoriento.com/2015/07/como-decidir.html/>

→ **Cómo crear un buen curriculum**

<http://yoriento.com/2015/08/crear-curriculum.html/>

→ **Cómo preparar una entrevista de trabajo**

<http://yoriento.com/2014/08/entrevista-de-trabajo.html/>

→ **¿Qué debería estar haciendo ahora? Cómo ser más productivo o productiva**

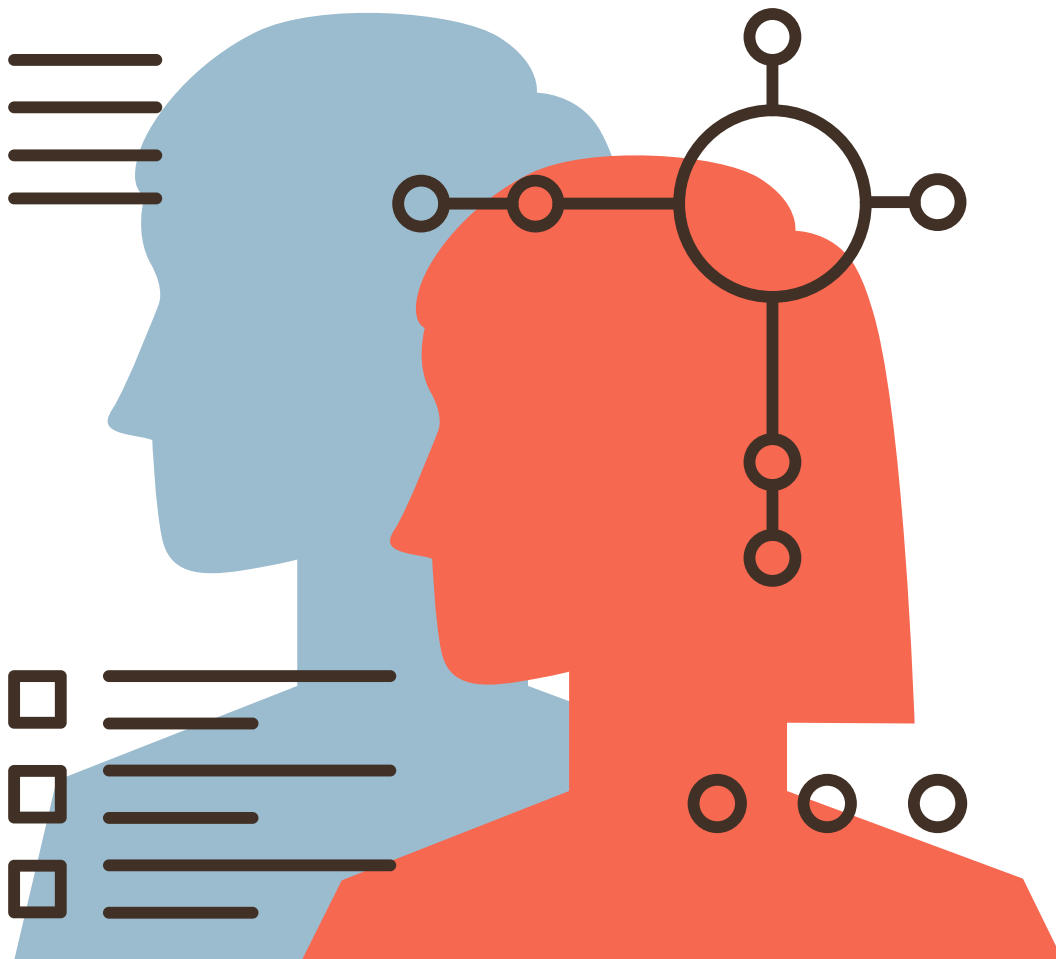
<http://yoriento.com/2009/06/moviendonos-con-productividad-3-factores-anti-procrastinacion-536.html/>

2.7. Competencias. Las 10 habilidades del orientador

Un o una profesional de la orientación “solo” hace tres cosas: se relaciona con la persona usuaria (R), interviene (I) para guiar o facilitar el cambio, y evalúa (E) si se han obtenido los resultados marcados en el plan de orientación. Es lo que llamamos la metodología RIE o “sonrisa del profesional orientador u orientadora” ;)

A su vez, la aplicación de técnicas de intervención en orientación profesional exigen al profesional orientador u orientadora que ponga en juego **diez tipos de competencias**. ¿Las tienes?

Las 10 competencias del orientador



• PLANIFICAR • INFORMAR • COACHING • ACONSEJAR • PERSUADIR •
ANIMAR • ACEPTAR • ENTRENAR • FACILITAR • EVALUAR •

→ Planificar

Competencia que guía a la persona beneficiaria del servicio a definir objetivos y establecer y evaluar planes o itinerarios.

→ Informar

Competencia de gestión de recursos y contenidos para ofrecer información adaptada, relevante y actualizada a esa persona.

→ Coaching

Habilidad del profesional orientador u orientadora para ayudar a la persona usuaria a tomar conciencia del problema y de las soluciones mediante la técnica socrática: la formulación de preguntas.

→ Aconsejar

Ofrecer recomendaciones es una técnica de orientación, tal vez la más utilizada. Es fácil dar instrucciones a las personas usuarias, lo difícil es hacerlo con sentido.

→ Persuadir

Persuadir es aconsejar convenciendo de que se sigan los consejos dados. Cuidado, porque cuando se hacen recomendaciones y se siguen, la persona responsable del éxito o el fracaso no es tanto la persona usuaria como la que hizo la recomendación.

→ Animar

Animar es intervenir para aumentar las “emociones positivas”. Desde nuestro punto de vista puede ser irresponsable, en la medida en que se manipulan las expectativas del usuario o usuaria. Así que en lugar de intentar animarle de forma general (“seguro que tu vida va a mejorar”), es mejor hacerlo especificando las condiciones del cambio: “Tu vida puede mejorar si logras generar hábitos tales como...”

→ Aceptar

Aceptar es intervenir para reducir las “emociones negativas”. En muchas ocasiones, se deben hacer nuevos esfuerzos a la vez que se siguen sufriendo durante un tiempo las consecuencias del problema que se quiere superar. Antes de mejorar incluso, las cosas pueden ir a peor. Así que el profesional orientador u orientadora debe ayudar a la persona usuaria a aceptar que, se sienta como se sienta, lo importante es que haga lo que debe, que siga el plan marcado.

→ Entrenar

Entrenar es generar, desarrollar y practicar las habilidades necesarias para alcanzar los objetivos. Generalmente parte de este entrenamiento se recibirá en actividades formativas “externas” o cursos convencionales. Pero algunas competencias específicas sí pueden ser entrenadas en sesiones individuales o grupales de orientación, como las habilidades sociales.

→ **Facilitar**

Facilitar es ayudar directamente a la persona que participa de la orientación a subir pedregales de su itinerario o superar etapas concretas de su plan. Es cuando el profesional orientador u orientadora da un paso por esa persona o la apoya de forma especial para que él o ella lo dé. Esta competencia se aplica sobre todo en servicios de orientación dirigidos a personas con especiales dificultades.

→ **Evaluar**

Evaluar es medir: ¿Se están cumpliendo los objetivos? ¿Puedo mejorar el servicio de orientación que presto?

2.8. Presentaciones. Las 12 claves de una presentación eficaz

Gran parte de las actividades de orientación requieren competencias de elaboración de presentaciones y de presentación en grupo, ya sea presencial u online.

Las 12 claves de las presentaciones eficaces en orientación profesional

1. **Enfocadas.** Objetivos y contenidos específicos y concretos
2. **Coherentes.** Con contenidos relacionados con los objetivos
3. **Organizadas.** Incluyen índices, decálogos, titulares
4. **Agregadas.** Incluyen una slide para cada idea, paso o secuencia
5. **Visuales.** Ideas, consejos y conclusiones breves y con imágenes
6. **Auténticas.** No fuerzan consejos tópicos, no usan frases hechas
7. **Fundamentadas.** Con datos y conclusiones elaboradas
8. **Aplicadas.** Evitan contenidos teóricos enunciativos
9. **Originales.** Evitan formatos y contenidos vistos o convencionales
10. **Diseñadas.** Cuidan tipografía, imágenes, tamaños...
11. **Motivadoras.** Plantean motivos, preguntas, retos, tareas, casos
12. **Entretenidas.** Usan recursos audiovisuales y humor

2.9. Eficiencia online. Servicios online y materiales grabados en orientación

La prestación online de actividades y el acceso en internet a contenidos y recursos es una tendencia imparable porque hace más eficiente el servicio de orientación profesional al permitir llegar, con pocos recursos, a toda la audiencia potencial y ofrecer a la persona beneficiaria de la orientación flexibilidad de aprendizaje.

Los servicios online permiten reservar las acciones presenciales, que requieren muchos más recursos y ofrecen menos flexibilidad, para los objetivos de carácter personalizado.

Es aconsejable que el servicio de orientación elabore materiales grabados (vídeos o podcasts) para aquellos contenidos que incluyen temáticas generales o introductorias, de interés para todas o la mayoría de las personas usuarias, y que no requieren una actualización frecuente.

Por ejemplo, los contenidos relacionados con derechos y obligaciones laborales son susceptibles de convertirse en materiales grabados, puesto que se trata de información relativamente estable en el tiempo.

El uso de materiales grabados aumenta la eficiencia porque es posible visionarlos en cualquier momento, en un aula u online, de forma discrecional por parte de las personas que participan en el proceso de orientación, y permite dedicar más recursos y tiempo a actividades más personalizadas y especializadas.



2.10. “ORIENTAPLUS EXPRÉS”

Orientapplus exprés es el decálogo breve de las buenas prácticas en orientación profesional ;)

→ 1. Evaluación. Cada persona usuaria, un caso

Considera cada uno de los procesos de orientación como un “caso” específico que debe ser evaluado de forma conveniente, y cuyos objetivos, técnicas y desarrollo debe ser registrado sistemáticamente.

→ 2. Operatividad. Define cuándo lo consigue

En un proceso de orientación, define de forma operativa cada uno de los objetivos de la persona usuaria para determinar de forma inequívoca las metas del proceso de orientación.

→ 3. Planificación. Cada objetivo, un itinerario

Cada meta que se marca la persona que acude a orientación debe tener su propio plan de desarrollo. Una persona puede proponerse muchos objetivos, pero debe ser consciente de que deberá decidir sobre cuáles de ellos enfocará sus recursos disponibles para convertirlos en planes o itinerarios.

→ 4. Motivación. Sin avances no hay “chances”

El desarrollo de un plan de orientación requiere el mantenimiento de la motivación basada en la obtención de pequeños logros o avances intermedios hasta la meta final. Conseguir suficientes “éxitos” previene el abandono del plan por parte de la persona usuaria, y la pérdida de valor y de buena reputación del servicio de orientación.

→ 5. Técnicas. Las mejores son... las que funcionen

No hay mejores o peores técnicas en orientación profesional, solo hay técnicas adecuadas para cada objetivo planteado y cada perfil de persona usuaria, y técnicas bien aplicadas y evaluadas.

→ 6. Valor. Lo que no cuesta, no mueve

Un servicio público, gratuito, que no forma parte del curriculum académico convencional y que ofrece acciones de participación voluntaria debe ponerse en valor con presentaciones que resalten sus ventajas, con contenidos de calidad que se adapten a los intereses de sus usuarios y usuarias, y con procedimientos de inscripción que incentiven la participación.

→ 7. “Consejitis”. Orientar no es solo aconsejar

El consejo es una actividad de intervención que suele generar un cambio de conducta solo a corto plazo, porque no puede competir con los hábitos o las inercias del usuario o usuaria. Las desventajas de las *soluciones directas* que supone el uso exclusivo de consejos es que pueden conllevar para el usuario o usuaria “más de lo mismo”, es decir, fracaso, y que la misma orientación quede afectada por ello: *“Otro orientador u orientadora más que me dice algo que no me sirve”*.

→ 8. Recursos. Si no interesa hay pereza

Un proceso efectivo de orientación requiere buenas técnicas, pero también recursos y contenidos motivadores, didácticos, atractivos y actuales que faciliten el “enganche” del usuario o usuaria.

→ 9. Emociones. Los orientadores y orientadoras también lloran

Los y las profesionales de la orientación pueden sufrir estrés, desánimo y ansiedad en el desarrollo de su trabajo. Estas problemáticas deben prevenirse de forma activa estandarizando los procesos de orientación para reducir la incertidumbre y creando dinámicas de colaboración, trabajo en equipo y apoyo mutuo.

Los y las profesionales deben definir operativamente los objetivos para evitar procesos de orientación confusos y desmotivadores. Definir metas evaluables y alcanzables genera motivación y claridad en los y las profesionales de la orientación así como en los y las usuarias.

→ 10. Marca. Coaching es “orientación con glamour”

Los servicios y los y las profesionales de la orientación profesional deben crear marcas atractivas y reconocibles para mejorar la reputación de la disciplina. Los orientadores y orientadoras deben ser buenos y buenas profesionales pero también deben parecerlo.

3. Orientación profesional: una conceptualización histórica

3.1. Conceptualización de la orientación profesional

La caracterización de una disciplina o de un conjunto de conceptos y prácticas depende en parte de la definición formal que de ella hacen los autores y autoras más reconocidos en la materia.

Quizás la conceptualización más fidedigna (y sobre todo útil) es aquella que parte del análisis de las propias prácticas y actividades concretas, de los conceptos y técnicas aplicadas, de la evaluación y los resultados obtenidos, y de los principios implícitos y explícitos que se ponen en juego (que a veces no coinciden).

Definiciones clásicas de orientación profesional

Proceso sistemático de mediación que, respetando la singularidad de cada persona, alienta la creación, desarrollo y reestructuración constante de su proyecto de vida, mediante el contraste entre determinantes personales y sociales que le permite generar y elegir alternativas de trabajo hasta asumir las más acordes con su potencial y trayectoria vital (Isús, 1998)²

Programa sistemático de información y experiencias educativas y laborales coordinadas con la labor del orientador u orientadora, planificadas para auxiliar en el desarrollo profesional de una persona (Rodríguez Moreno, 1992)³

2 ISÚS, S; ECHEVARRÍA, B; SARASOLA, L. (1999): Nuevas competencias profesionales en las nuevas estructuras empresariales. El papel de la orientación en un mercado cambiante. Ponencia Jornadas de Orientación. Comunidad de Madrid. 18 y 19 Noviembre 1999. Madrid

3 RODRÍGUEZ MORENO, ML (1992): El Mundo del Trabajo y las funciones del Orientador. Barcelona: Barcanova

Proceso sistemático de ayuda dirigida a todas las personas en periodo formativo, de desempeño profesional y de tiempo libre, con la finalidad de desarrollar en éstas aquellas conductas vocacionales que le preparen para la vida adulta (M. Álvarez, 1995)⁴

La orientación se ocupa del empleo y del desarrollo profesional

El **crecimiento espectacular de los recursos dedicados a la orientación profesional en la década de los 90** fue en gran parte resultado de la aparición o intensificación de importantes problemas y/o cambios relacionados con el empleo y el mercado de trabajo asociados a las sociedades desarrolladas, que generaron nuevas necesidades e intereses entre la población.

Entre ellas **la necesidad de orientación profesional** que agrupó a numerosas actividades y servicios que formaron parte, por ejemplo, del “nuevo yacimiento de empleo” denominado *Ayuda a los jóvenes en dificultad y la inserción* (Jiménez, 1998)⁵

La necesidad de los servicios de orientación profesional creció debido a los grandes **cam- bios en el mercado de trabajo**, cambios que más de 20 años después se han agudizado:

- » Reducción del empleo total y altos niveles de desempleo.
- » Gran creación de puestos de trabajo nuevos que exigen mayor cualificación y desaparición de otros.
- » La sociedad de la información está generando una economía más basada en los conocimientos, lo que manifiesta la necesidad de formación permanente.
- » Reducción gradual del tiempo de trabajo y modificaciones en la organización y horario laborales, y mayor flexibilidad y temporalidad del empleo.
- » Dualización: traslado de una gran cantidad de empleo a los límites legales y formales del sistema.

Los servicios de orientación son importantes y urgentes para los desempleados y desempleadas de larga duración, pero también para aquellas personas que corren el peligro de encontrarse en esta situación, que en la práctica son todas las personas en edad de trabajar.

Las necesidades de asesoramiento para el empleo serán mayores porque:

- » Los cambios de trabajo serán más frecuentes así como los cambios de puesto de trabajo o de trayectoria profesional.
- » La orientación se requerirá a lo largo de toda la vida laboral del trabajador o trabajadora, sobre todo en periodos de desempleo, en las transiciones de un empleo a otro y al intentar adquirir las cualificaciones apropiadas para responder a las demandas del

4 ÁLVAREZ GONZÁLEZ, M (1995): Orientación Profesional. Barcelona: CEDECS

5 JIMENEZ, E. Y OTROS (1998): Los Nuevos Yacimientos de empleo. Barcelona: Fundación CIREM

mercado.

- » La diferenciación en derechos entre los grupos sociales tiende a ser cada vez mayor por lo que el asesoramiento deberá especializarse para prevenir una mayor polarización y para intervenir con aquellos colectivos más perjudicados.
- » El propio concepto de trabajo y su organización social están sufriendo un profundo cambio. Los asesores y asesoras deben, además de incidir en la vida laboral, intentar apoyar a la persona para que ésta dé sentido al trabajo dentro de su vida global.
- » Los servicios de orientación profesional deberán seguir siendo prestados en gran parte desde entornos públicos, especialmente para aquellas personas desempleadas y/o excluidas del mercado laboral. Pero la iniciativa privada, al igual que ha sucedido con otras **orientaciones**, también tendrá un desarrollo importante.

La orientación ayuda a “manejar la propia vida”

El término **orientación** describe y agrupa a un amplio conjunto de conceptos, modelos, métodos, técnicas y actividades que buscan resolver problemas que surgen alrededor de la vida de las personas, entre ellos los que tienen que ver con decisiones y valores en torno al empleo, al desempleo y la vida profesional. Estos problemas específicos relacionados con el empleo serían el objetivo de la orientación profesional.

Como punto de partida para relacionar la orientación general con la orientación profesional, puede tomarse como referente a Rodríguez (1998:19)⁶ cuando dice:

“El ámbito de la orientación profesional es un aspecto del proceso total de orientación. La diferencia entre la orientación profesional y otro tipo de orientaciones está normalmente en sus objetivos y en la manera de proceder metodológica y estratégicamente”.

Los contenidos de los que se ocupa la orientación tienen un carácter psicológico o personal y suelen ser situaciones, transiciones, problemas, desajustes, decisiones, necesidades, que no suelen tener la “apariencia de gravedad”, al menos inicialmente o a corto plazo, y que experimentan la mayoría de las personas alrededor de eventos determinados del ciclo vital tales como los estudios, el trabajo y el empleo, la/s pareja/s, los lugares de residencia, las formas de ocio, la autoestima, las situaciones estresantes o traumáticas, las relaciones familiares, las relaciones sociales, los valores y el estilo de vida, etc.

La orientación en suma se ocupa de apoyar y ayudar al **manejo de la propia vida** y, en este caso, de la **vida profesional**.

3.2. Objetivos y clasificación de la orientación profesional

Clasificaciones clásicas de orientación profesional

6 RODRÍGUEZ MORENO, ML (1998): Orientación Profesional. I: Teoría. Barcelona: Ariel

La orientación no sólo se ocupa de la búsqueda de empleo, también de otras situaciones del ámbito sociolaboral y del ámbito personal- profesional. Las situaciones de inserción y de búsqueda de empleo han tomado un gran protagonismo debido al gran nivel de desempleo estructural con el que convivimos.

En el clásico informe *Eurocounsel* sobre la orientación de personas adultas y el asesoramiento sobre empleo en diversos estados de la Unión Europea incluida España (FEMCVT,1997:10)⁷ ya se especificaban **cuatro grandes ámbitos de situaciones objeto de la orientación profesional**:

1. ÁMBITO DEL MERCADO LABORAL

Búsqueda de Empleo, Colocación, Creación de Empresas/ Trabajo Autónomo, Predespido, Apoyo en el lugar de trabajo e intermediación con los empresarios y empresarias y apoyo en los mismos

2. ÁMBITO DE DESARROLLO PERSONAL

Desarrollo en la confianza de sí mismo o de sí misma, Formación para actuar con más decisión, Orientación sobre la trayectoria profesional (sobre la carrera), Planificación, Evaluación personal y de conocimientos, y Trabajo voluntario

3. ÁMBITO EDUCACIÓN/ FORMACIÓN

Orientación profesional, Asesoramiento sobre cursos, Asesoramiento para la presentación de solicitudes

4. ÁMBITO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL

Asesoramiento sobre prestaciones sociales, sobre gestión de deudas, Promoción de la salud, Apoyo social y Estrategias de evaluación

Montané (1993:39)⁸, por su parte, acuñó el término **“orientación ocupacional”**. Atribuye a esta orientación ocupacional la capacidad de dar respuesta a la problemática que surge en relación con el empleo y la formación para ocupar de forma más o menos inmediata un puesto de trabajo.

La orientación ocupacional estaría especialmente dirigida a los colectivos que fracasan y su ámbito de actuación giraría alrededor de la formación no reglada.

Esta orientación ocupacional podría clasificarse como:

- » Orientación antes de la formación, para toma de decisiones entre formación o inserción y para la elección de un curso
- » Orientación durante el proceso de formación

7 FUNDACIÓN EUROPEA PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES DE VIDA Y DE TRABAJO (1997): El Papel de la orientación de adultos y el asesoramiento sobre empleo ante la evolución del mercado de trabajo. Informe Final Eurocounsel. Loughlinstown, Co. Dublin. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas

8 MONTANÉ, J (1992): Orientación Ocupacional. CEAC

- » Orientación después de la formación, u orientación para la inserción laboral
- » Orientación en el puesto de trabajo

Hiebert y Conger (1997:122)⁹ también hicieron su clasificación de las *áreas de servicios de orientación*:

- » Orientación personal (personal counseling)
- » Orientación en la empresa (staff counseling)
- » Orientación familiar (family counseling)
- » Toma de decisiones sobre la carrera (career decision-making)
- » Búsqueda de empleo (job search)
- » Mantenimiento del empleo (job maintenance)
- » Desarrollo de habilidades personales (skills enhancement)
- » Selección y ajuste para la formación- educación, rehabilitación y crisis (excepto pérdida de empleo)
- » Reacción a la pérdida de empleo, etc.

Clasificación integradora de orientación profesional

El objetivo general de la orientación es ayudar al usuario o usuaria a manejar su propia vida profesional mediante un método propio de gestión profesional que incluye habilidades de planificación, solución de problemas y toma de decisiones en el ámbito profesional.

Estas habilidades permitirán al usuario o usuaria el autoconocimiento personal- profesional, la definición de sus problemas e intereses, la generación y desarrollo de alternativas para la solución de esos problemas, el establecimiento de objetivos personal- profesionales, el establecimiento y evaluación de planes que faciliten la consecución de esos objetivos o la solución de esos problemas y, en su caso, el mantenimiento de los logros alcanzados.

En suma, los objetivos de la orientación se dirigen a que el usuario o usuaria adquiera, implemente y mejore de forma continua una metodología propia de manejo de su propia vida profesional y de consecución de sus objetivos. El metaobjetivo de la orientación, la finalidad última de cualquier proceso de asesoramiento, coaching o formación, es que el usuario o usuaria adquiera y utilice de forma autónoma un método de autodirección, en este caso, profesional.

Los objetivos específicos de la orientación profesional pasan por ayudar a cumplir los objetivos del usuario o usuaria que implican la mejora tangible a corto plazo de su vida profesional.

⁹ HIEBERT, B. y CONGER, S. (1996): An analysis of career and employment counselling in Canada. *International Journal for the Advancement of Counselling* 19:119-130, 1996

La consecución de estos objetivos es importante para el usuario o usuaria puesto que responde a su motivación **actual** y genera la validez aparente de la orientación. Es decir, para los usuarios y usuarias el valor de la orientación proviene directamente de los logros a los que ésta les conduce.

Objetivos y ámbitos específicos de la orientación profesional

1. ESTUDIOS. Orientación educativa relacionada con la elección de estudios y el desempeño académico en general
2. EMPLEO. Facilitar el acceso a un empleo, cuando se está en situación de desempleo o el cambio de empleo para acceder a mejores condiciones laborales y profesionales
3. PROMOCIÓN. Mejorar la satisfacción laboral y el desarrollo en el empleo, empresa o sector profesional actual
4. CARRERA. Planificar el desarrollo de la carrera y la mejora profesional en general
5. REINVENCIÓN. Guiar la reinversión profesional y la redefinición de metas (cambio de ocupación, competencias o sector); facilitar la reinserción laboral tras un periodo largo de inactividad; gestionar la salida de un empleo por despido, baja de un contrato laboral, jubilación anticipada, etc.
6. EMPRENDIMIENTO. Facilitar el emprendimiento y la creación de un negocio propio
7. ESTILO DE VIDA. Decidir el estilo de vida ajustado a los valores y motivaciones personales y profesionales
8. EQUILIBRIO. Prevención y superación de problemas psicológicos relacionados con aspectos profesionales

3.3. Valor y necesidad percibida de la orientación profesional

La necesidad de los servicios de orientación no siempre es percibida por sus usuarios y usuarias potenciales. Esto es así por diversas razones.

→ El problema no es grave

Los problemas objeto de orientación no suelen ser considerados inicialmente graves porque ocurren a la mayoría de las personas y porque permiten llevar una vida **normal**. Por esto, muchas personas esperan que estos problemas remitan espontáneamente o simplemente toleran su presencia aunque sea molesta.

Un estudio clásico sobre las consecuencias del desempleo (Robert, 1982, en Tanner)¹⁰ re-

10 TANNER, J (1997): Resilient Survivors: Work and Unemployment Amon High School Drop- Outs. British Journal of Education and Work, Vol.6, Number 1

vela que en aquellos lugares donde el desempleo ha llegado a ser la norma, los y las jóvenes raramente se sienten aislados o estigmatizados. Sólo cuando la situación llega a ser extremadamente problemática o angustiada, la persona se hace consciente y es más probable que se **motive** para pedir ayuda.

→ El problema es “de los demás”

En ocasiones el problema no es tanto de la persona que supuestamente lo experimenta como de las personas más cercanas a él o ella, y que le presionan directa o indirectamente para que se haga consciente y lo solucione.

En estas ocasiones, es posible que la motivación de la persona provenga de evitar o escapar de esa presión antes que de la propia incomodidad que le pueda generar el supuesto problema.

→ El problema existe pero la persona no sabe cómo definirlo o lo define “mal”

La persona sufre el problema y quiere solucionarlo pero no es capaz de identificar su fuente ni su naturaleza, o simplemente no halla el camino **correcto**.

Los problemas de orientación, dado su carácter verbal, pueden ser más abstractos y estar relacionados con déficits en competencias relativamente complejas de definir y necesarias para situaciones **transversales**, como la toma de decisiones, la solución de problemas, etc.

En ocasiones, la concreción del motivo por el que una persona demanda orientación es abstracto, vago o cambiante. Además, las personas que ya han tenido experiencias de orientación añaden expectativas y sesgos interpretativos que suponen nuevos elementos verbales, incluidas las formas de denominar y definir el problema.

Debe considerarse, por último, que a veces la queja principal del orientado u orientada quizás no sea el problema más relevante o el único, y el orientador u orientadora deba poner esto en duda (a prueba).

→ Los problemas lo son en un contexto social

El proceso de socialización, la educación, los grupos sociales de referencia, la publicidad y las normas y contextos sociales, son marcos que nos dan pistas sobre aquello que debemos considerar problemas. Para las personas, los tipos de problemas (y las formas de solucionarlos) están relacionados con sus estilos de vida y con las normas sociales y familiares.

→ Desconocimiento o minusvaloración de la orientación

En muchos casos, las personas no creen que sus problemas puedan ser solucionados o aliviados apoyándose en una intervención orientadora porque desconocen la propia naturaleza de los servicios de orientación, porque no tienen suficiente información sobre estos servicios, o porque por experiencia personal o fruto de esa información no confían en su eficacia.

→ La orientación se hace en contextos sociales

La mayoría de los problemas humanos se definen en contextos sociales. La orientación y sus métodos deben centrarse en el usuario o usuaria pero considerándole dentro de sus contextos sociofamiliar, sociolaboral y socioeducativo.

Sus propios problemas y sus valores toman como referencia estos contextos y son en ellos donde los métodos de diagnóstico encontrarán gran parte de la información necesaria, y los métodos de intervención gran parte de sus recursos.

3.4. Elementos básicos de la orientación profesional

Orientación como disciplina de la Psicología y las ciencias sociales

Si la orientación es eminentemente aplicada cabe preguntarse de dónde provienen los conceptos y principios en los que se basan sus programas, técnicas y actividades. La respuesta resulta clara: de disciplinas como la psicología y la pedagogía, e indirectamente de otras como la sociología, la economía y las disciplinas jurídicas y laborales.

Algunas de estas ciencias, en especial la psicología, se encuentran muy fragmentadas conceptualmente, y numerosas corrientes y modelos interpretativos afectan a sus formas de hacer, y por tanto, afectan también a la mayoría de formas de hacer en orientación.

¿La orientación emplea metodologías y técnicas “propias”?

Las técnicas empujadas no son estrictamente de la orientación sino que, al igual que los conceptos, éstas provienen de la psicología y del resto de las disciplinas mencionadas. Pero estas técnicas deben adaptarse a los contextos y objetivos específicos, adaptación que no conlleva necesariamente un cambio de los principios básicos que hacen que las técnicas funcionen en otros contextos o para otros problemas.

Las diversas formas de hacer orientación se diferencian por la exigencia para adaptarse a los diferentes contextos y problemas específicos a los que se dirigen, y no tanto por las técnicas que utilizan.

Orientaciones aplicadas en diferentes problemas pueden utilizar metodologías similares. Los contenidos de contextos tan diferentes como, por ejemplo, la terapia de pareja, la orientación profesional y el asesoramiento en drogodependencias pueden llegar a ser muy diferentes pero los mecanismos básicos de las técnicas no tienen por qué variar.

Estas técnicas generalmente se aplican en “paquetes de intervención”. En estos programas o paquetes de orientación también se suele incluir, **por defecto**, el trabajo con las habilidades que permiten buscar e interpretar la **información** útil para desenvolverse

adecuadamente en el contexto de que se trate.

Orientación: personalizada, aplicada, estandarizada y verbal

La orientación es personalizada

La orientación profesional se caracteriza por ser un **servicio individual o personalizado** que se complementa con acciones grupales de información y formación. Aumentar la calidad en orientación implica incrementar la cantidad y calidad de la orientación individual.

La orientación es aplicada

La orientación suele definirse por la mayoría de los autores y autoras como un conjunto de actividades, como servicios, como métodos, como un proceso de ayuda, como procedimientos científicos y programas sistemáticos, como puesta en práctica de técnicas y, en general, como acciones muy concretas tales como, por ejemplo, preparar para la vida laboral, encontrar el trabajo más adecuado, ayudar a tomar decisiones, desarrollar potencialidades, etc.

Uno de los efectos inmediatos que provienen de este carácter aplicado de la orientación es que la diferencia entre formas de hacer orientación proviene en gran medida de las técnicas y métodos que se ponen en juego.

Por otra parte, cuanto más práctica es una disciplina, es decir, cuando busca el cumplimiento de objetivos de una forma técnica, más importancia tienen los procesos de evaluación que verifiquen la eficacia de las intervenciones puestas en marcha.

La orientación es un servicio estandarizado

Establecer una metodología general estandarizada y unos protocolos y procedimientos definidos permite aumentar la validez y la fiabilidad de los servicios de orientación. Un sistema estandarizado muestra qué hay que hacer, cuándo hacerlo y cómo saber que se está haciendo correctamente.

De esta forma, por ejemplo, un orientador u orientadora “que tiene prisa”, pero que se ve obligado u obligada a seguir un procedimiento en cuyo diseño él o ella misma ha participado, puede aplazar la sesión o continuarla en otro momento, pero nunca dejar de hacer lo que tiene que hacer: orientar como está establecido.

Estandarizar no es hacer más simple o rígido un proceso, sino hacerlo sistemático. Estandarizar es analizar lo que se hace, proponer lo que se quiere hacer, hacerlo y comprobar si funciona.

Los protocolos o procedimientos previos permiten clarificar los objetivos en todo momento, nos dicen si lo que hacemos funciona o hay que cambiarlo, y facilitan la comunicación

y el aprendizaje entre profesionales.

La orientación es verbal y es social

Los grupos de **habilidades y de competencias personales** implicados en orientación están relacionados con diferentes temas o situaciones como la toma de decisiones, la planificación y organización, la elección de valores y estilos de vida, el autocontrol, la autoestima, las situaciones y relaciones sociales, los pensamientos negativos, el afrontamiento de situaciones y otras situaciones que también podrían ser consideradas objeto de la orientación.

Como puede apreciarse, la mayoría de las habilidades implicadas tienen un carácter especialmente **verbal**: el lenguaje es una de las herramientas más importantes para el **control de uno mismo o una misma y de lo que se quiere hacer**. Esto es coherente con el hecho de que la mayoría de las prácticas de orientación tienen como base las relaciones dialécticas entre la persona orientada y el orientador u orientadora.

La presencia de **componentes sociales** es otra característica de muchos de los problemas objeto de la orientación, y de las habilidades y competencias implicadas para su solución. El adecuado manejo de las relaciones y de las presiones interpersonales y el peso de los valores sociales son aspectos de enorme interés en el manejo de la propia vida.

Orientación como metodología de relación e intervención

La orientación como relación orientador/orientadora - orientado/orientada

Una especie de *relación terapéutica* es la que se establece entre el orientador u orientadora y la persona orientada.

Esta relación o proceso de orientación es un contexto específico en el que las normas sociales, las limitaciones temporales, las condiciones que facilitan o entorpecen el aprendizaje y las innumerables variables idiosincrásicas de cada caso demandan una continua adaptación a cada persona en el uso de los conceptos y las técnicas.

Las fases de un proceso de orientación serían las siguientes:

1. Definición del problema: recogida de datos, establecimiento de **relación positiva** de orientación y definición operativa de las variables de interés
2. Hipótesis y plan de intervención: establecimiento de metas y objetivos junto con el usuario o usuaria
3. Intervención orientadora: puesta en práctica de métodos y técnicas
4. Seguimiento: supervisar el mantenimiento de los objetivos alcanzados y promover la generalización de las habilidades y competencias adquiridas a situaciones nuevas

En cada una de estas fases, diferentes factores relacionados con el orientador u orientadora y factores relacionados con la persona usuaria condicionan y caracterizan el proceso de orientación.

Entre los **factores del orientador u orientadora** se encontrarían, por ejemplo, sus habilidades verbales y sociales; la adecuación de las técnicas a la persona usuaria; el diseño de las condiciones formales de la orientación; la habilidad para convertir la situación de orientación en positiva para promover cambios adecuados en la persona usuaria; las habilidades de fomento de autonomía, iniciativa, etc.

Entre los **factores del orientado u orientada** se encontrarían, por ejemplo, la definición que hace del problema; sus habilidades de autoobservación y expresión verbal; la atribución que hace de los resultados; la concordancia entre su sistema de valores e intereses y los objetivos de cambio propuestos, etc.

Establecer una **adecuada relación de orientación** teniendo en cuenta los factores mencionados es una parte importante de la metodología en orientación. Para saber más sobre la relación terapéutica puede consultarse en Segura (1985).

La orientación como intervención y prevención

Un modelo de orientación profesional aplicada especifica los **tipos de soluciones** que propone, organizados en temáticas o contenidos y articulados en servicios, acciones y recursos.

Por ejemplo, serían temáticas (soluciones) la búsqueda de empleo y oportunidades profesionales, o la creación de un negocio. Y serían acciones una sesión formativa presencial que desarrolle esos temas, o un espacio online que facilite el acceso a contenidos informativos relacionados.

Puesto que los desajustes objeto de la orientación suelen afectar a la mayoría de las personas y en momentos y eventos específicos del ciclo vital, muchos de estos desajustes pueden evitarse mediante **programas de prevención** basados en técnicas orientadoras y de consejo, y apoyados por acciones y programas de carácter educativo, formativo e informativo.

Formatos de intervención en orientación profesional

La orientación es una disciplina que tiene un carácter aplicado y que se dirige especialmente a la intervención. Los formatos de esta intervención orientadora son diversos y en ellos se utilizan diferentes grupos de técnicas, que no siempre son coherentes con el posicionamiento teórico o conceptual del orientador u orientadora o del investigador o investigadora que las aplica, y cuya eficacia es difícil de medir.

Los formatos de intervención en orientación pueden responder a la aplicación conjunta o aislada de diversas técnicas. Por ejemplo, desde la perspectiva de la educación, Álvarez

(1995:309)¹¹ propuso los siguientes formatos (o modelos) de intervención:

- » Intervención directa o individualizada (tipo counseling) .
- » Intervención directa individual y/o grupal (tipo consulta).
- » Intervención a través de medios tecnológicos.
- » Intervención directa grupal (por programas).

Estos formatos se diferencian en aspectos tales como el perfil y las necesidades de los orientados y orientadas, el contexto donde se realiza la intervención, los objetivos que se persiguen, el tipo de relación que se establece entre el profesional o la profesional orientadora y la persona orientada, el carácter público o privado de los servicios, la existencia o no de trabajo en equipos multidisciplinares, la procedencia conceptual de las técnicas, etc.

11 ÁLVAREZ GONZÁLEZ, M (1995): Orientación Profesional. Barcelona: CEDECS

4. MODELO.

Organización, acciones y temáticas del servicio de orientación profesional

Un modelo de servicio de orientación se configura definiendo la calidad de estos factores:

- » Marca y presentación del servicio de orientación.
- » Programación y peso de las actividades de orientación respecto al curriculum académico general.
- » Perfiles de los y las profesionales orientadores.
- » Inscripción o forma de acceso de los potenciales usuarios y usuarias.
- » Colaboración entre los y las profesionales y los centros.
- » Prestación presencial vs prestación online de la orientación.
- » Temáticas y contenidos del servicio de orientación.
- » Acciones de orientación por temática.

4.1. ELEMENTOS generales del modelo de orientación

Marca y presentación del servicio de orientación

Cada centro debe establecer las marcas, nombres y formas de presentar las temáticas y acciones de orientación profesional.

En todo caso, sería deseable que todos los centros acordaran utilizar las mismas marcas y denominaciones para fomentar la colaboración.

¿Cómo llamar al servicio de orientación?

Por ejemplo, ¿debería denominarse plan de orientación o servicio de orientación? ¿Deberíamos hablar de orientación profesional, o de desarrollo o planificación profesional?

Elección de denominaciones atractivas para temáticas y acciones

Por ejemplo, en lugar de “Fuentes de empleo” mejor “Oportunidades de empleo en...”. En lugar de “Herramientas de empleo” mejor ser más específicos: “Cómo hacer el mejor currículum del mundo”.

Presentación y puesta en valor del servicio de orientación

Un servicio público, gratuito, que no forma parte del currículum académico convencional y que ofrece acciones de participación voluntaria debe ponerse en valor con presentaciones que resalten sus ventajas.

Transversalidad. Servicio de orientación integrado en el centro de formación

Es interesante considerar como transversales los objetivos, acciones y contenidos relativos a la orientación profesional evitando asignarlos a un perfil **único** de profesionales ni a un área concreta del centro.

De esta forma, todos los profesionales y las profesionales del centro, sean profesores o profesoras FOL, profesores o profesoras técnicos, profesionales orientadores u orientadoras, o profesionales “externos”, pueden participar en la elaboración del plan o servicio de orientación y en la ejecución de sus actividades en función de su motivación, disponibilidad y competencias, más que del área del centro a la que están asignados o de sus funciones más frecuentes.

Peso del servicio de la orientación en el centro

Deben determinarse la dedicación de los y las profesionales, la asignación de recursos y la disponibilidad del servicio de orientación para el alumnado:

- » “Peso lectivo” del servicio de orientación profesional respecto al currículum académico.
- » Total de horas asignadas por año, trimestre, mes, semana.
- » Horas de atención individual o personalizada por usuario o usuaria.
- » Horas de atención grupal por usuario o usuaria.

Programación del servicio de orientación

La programación del servicio de orientación incluye un listado de acciones descritas y temporizadas en la agenda del centro, disponible para los y las profesionales y las personas usuarias.

La programación podría representarse en un cuadro de doble entrada en el cual el eje Y serían los y las profesionales que desarrollan las acciones, y el eje X los tipos de acciones con horas y fechas que se van sumando para alcanzar el peso total lectivo previsto.

#Ejemplo. Programación de orientación según peso lectivo por tipo de acción

NOTA. Esta programación es un contenido elaborado solo a modo de ejemplo. Cada servicio de orientación profesional debe elaborar su propia programación.

30% (del total de peso lectivo) Orientación individual.

20% Información online. Publicación de contenidos online de acceso libre.

10% Contacto con empresas.

10% Curriculum y entrevista. Orientación grupal

10% Networking. Orientación grupal

10% Profesionales 2.0. Orientación grupal

5% Emprendimiento. Orientación grupal

5% SocioLaboral. Orientación grupal

Perfiles de profesionales de un servicio de orientación

No se es orientador u orientadora por titulación o adscripción sino por actitud ;)

Los y las profesionales orientadores deben ser aquellos y aquellas con las competencias y motivación adecuadas, y no exclusivamente los y las profesionales que estén asignados oficialmente a un “departamento” o servicio de orientación.

Pasos para organizar un equipo de orientadores y orientadoras:

- » Determinar los perfiles y competencias de los y las profesionales del centro que participarán en el servicio de orientación.
- » Determinar los y las profesionales que desarrollarán cada tipo de acción con especificación de dedicación y agenda.
- » Determinar la aportación al servicio de orientación de las diferentes áreas o departamentos del centro.

Funciones en un servicio de orientación

Un mismo o una misma profesional puede asumir más de una función del servicio de orientación.

Funciones de Orientación- Información y gestión de contenidos

El orientador- informador u orientadora- informadora presta servicios de información profesional, y tiene como misión buscar, elaborar y transmitir contenidos informativos de valor para el servicio de orientación cubriendo las temáticas relacionadas.

El perfil del informador o informadora se corresponde con una persona con habilidades de atención al público (presencial o no presencial), de gestión de la información y de las nuevas tecnologías.

La prestación de la información puede realizarse en grupo o de forma individual, incluso personalizada si responde a peticiones o consultas concretas de los usuarios y usuarias.

La prestación de la información puede realizarse de forma convencional o presencial, de forma online, en directo o con contenidos a los que se puede acceder de forma automática.

El futuro de la orientación- información pasa por una gran especialización, por la gestión de contenidos y la accesibilidad online.

Funciones de Orientación-Formación

El orientador- formador u orientadora- formadora desarrolla su trabajo especialmente mediante actividades grupales cuyo objetivo es el entrenamiento de competencias relacionadas con el desarrollo profesional.

Numerosas actividades denominadas “de orientación” están más cercanas a la formación y siguen formatos similares a cursos o talleres formativos. De hecho, muchas de las actividades de orientación suelen denominarse: cursos, seminarios, jornadas, etc.

El perfil del orientador- formador u orientadora- formadora se corresponde con profesionales con habilidades de animación y trabajo con grupos, y con habilidades de organización didáctica de contenidos.

Funciones de Orientación personalizada

El orientador u orientadora personalizada tiene como misión ayudar a definir objetivos, tomar decisiones, establecer y desarrollar planes y apoyar la gestión autónoma de la vida profesional.

La orientación desde este punto de vista es un proceso que implica acciones de relación, evaluación e intervención desarrolladas de forma personalizada en los ámbitos del empleo y el desempleo, el desarrollo educativo y profesional, el emprendimiento y la solución de problemas psicolaborales.

El perfil del orientador u orientadora profesional se corresponde con una persona con habilidades de relación, evaluación e intervención sociolaboral, psicológica y educativa centradas en la solución a corto- medio plazo de los problemas y objetivos planteados por los usuarios y usuarias, y en la potenciación de su autonomía y capacidad de planificación a medio y largo plazos.

Funciones de Inserción laboral

El insertor o insertora laboral tiene la misión de conseguir la inserción laboral “directa” de personas que, generalmente, se encuentran en desempleo o en fase de formación.

El insertor o insertora realiza contactos y/o acuerdos con empresas para conseguir la inclusión de personas desempleadas concretas como trabajadores y trabajadoras o profesionales en prácticas en esas empresas.

El insertor o insertora laboral trabaja de forma coordinada con el orientador u orientadora profesional, sobre todo en los programas o proyectos cuyo objetivo es precisamente esto: la inserción de los usuarios y usuarias.

De cualquier forma, la orientación no termina necesariamente con la inserción laboral, sino que esta inserción es un elemento más a considerar en el proceso de orientación.

El perfil del insertor o insertora laboral se corresponde con un profesional o una profesional con habilidades relacionales, de negociación y venta.

Funciones de intermediación laboral y gestión de la colocación

El gestor o gestora es un intermediador o intermediadora entre la oferta y la demanda de empleo. En muchos casos su papel es el de un orientador- informador u orientadora- informadora, que obtiene información de ambas partes, tanto de empresarios y empresarias, como de trabajadores, trabajadoras o personas demandantes de empleo para ponerla a disposición de las mismas y del mercado de trabajo.

El intermediador o intermediadora no suele realizar una labor “personalizada” como el insertor o insertora, que busca ofertas o posibilidades específicas para usuarios y usuarias concretas que ya conoce. En todo caso, la personalización del intermediador o intermediadora está dirigida generalmente al empresario o empresaria. La intermediación laboral clásica no va “del usuario o usuaria a la oferta”, sino “de la oferta a los usuarios y usuarias”.

El perfil del gestor o gestora de colocación es similar al del informador o informadora, salvo que realice funciones específicas de valoración y selección de personal, no meras entrevistas o chequeos de comprobación de cumplimiento de requisitos por parte de los candidatos y candidatas, que son labores fundamentalmente administrativas.

Inscripción. Procedimientos de inclusión del alumnado

El alumnado de un centro puede solicitar su participación en las acciones programadas por el servicio de orientación profesional utilizando diferentes procedimientos.

1. Inscripción por solicitud en acciones voluntarias.
2. Por asignación en actividades obligatorias.
3. Sin inscripción en actividades abiertas.

Colaboración entre centros y entre profesionales

En general, todos los contenidos, procedimientos y acciones relativos a la orientación profesional que son similares en todos los centros deberían estandarizarse, elaborarse en equipo y de forma especializada por centros o grupos de profesionales.

La unificación de terminologías, de contenidos y procedimientos facilitaría la colaboración entre centros y profesionales.

El establecimiento de procedimientos de colaboración y estandarización facilitaría la evaluación y permitiría crear modelos de buenas prácticas.

La colaboración debe iniciarse con la creación de un procedimiento de registro de la orientación profesional en el centro que permita el trabajo coordinado y el seguimiento de cada caso en cada centro, e incluso inter centros.

Prestación online de la orientación

Los centros y profesionales pueden establecer temáticas y acciones que se prepararán y/o prestarán online, especialmente aquellas cuyos contenidos sean de uso frecuente, general (para todos los centros) y de baja actualización profesional.

Con carácter general, deberían prestarse o ser ofrecidos de forma online todos los servicios y contenidos de orientación que sean susceptibles para ello.

La optimización online facilita la colaboración entre centros y entre los y las profesionales, que pueden encargarse o especializarse de forma selectiva de la elaboración de cada tipo de contenidos.

La prestación o acceso online de información o formación relacionada con la orientación profesional abarata costes y facilita asignar más recursos a los servicios personalizados de asesoramiento y respuesta, los cuales tienen más valor añadido.

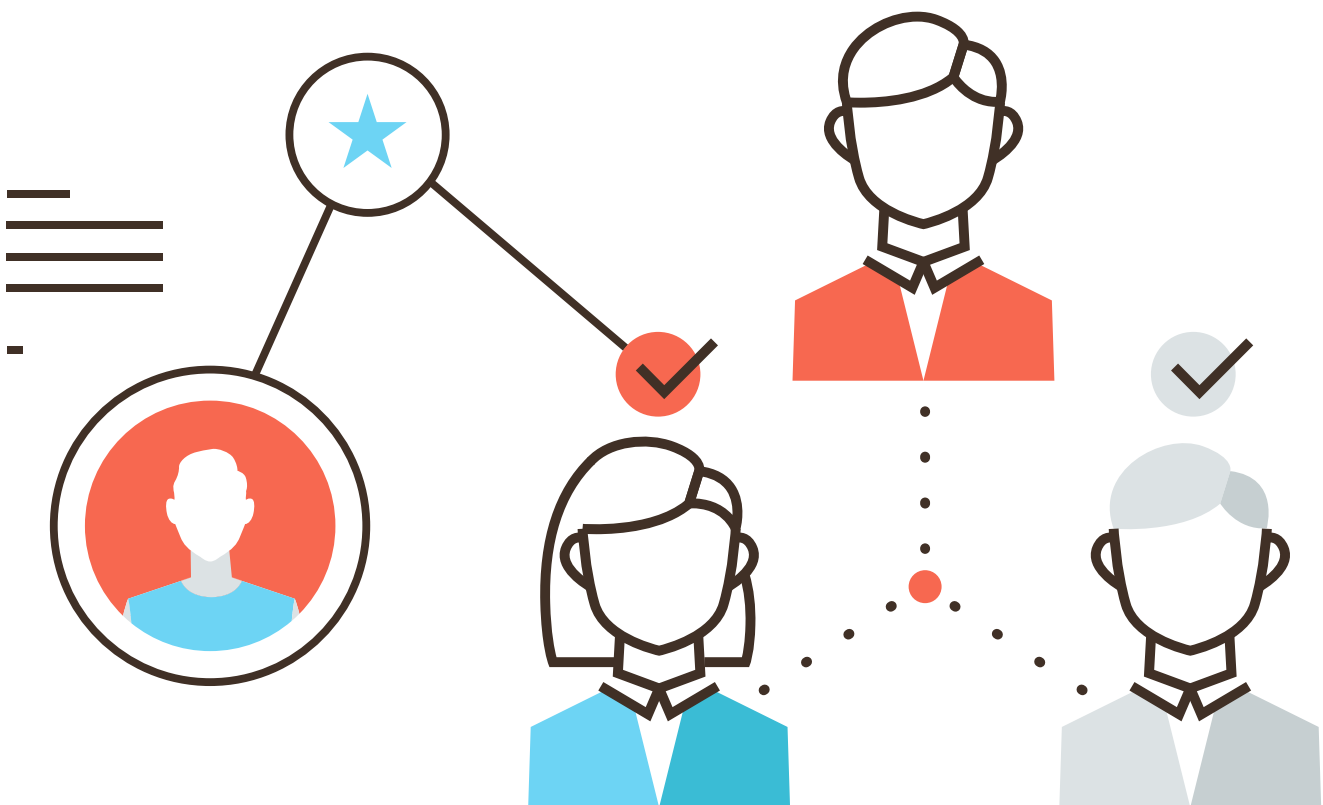
El peso en tiempo y/o en recursos asignados en el servicio de orientación para desarrollar

temáticas (por ejemplo, sociolaboral) o tipos de acciones (por ejemplo, sesiones grupales sobre contratos laborales) puede invertirse en la elaboración y publicación de contenidos online de calidad.

La optimización online permitiría también la escalabilidad y flexibilidad horaria y organizativa de la teleformación. Un único o única profesional puede desarrollar una acción formativa online en directo para muchos usuarios y usuarias a una hora determinada.

Por ejemplo, un webinar *cada lunes a las 20pm que podría seguir el alumnado desde su casa.*

Otra ventaja de la prestación online es la posibilidad de implantar una cultura flipped classroom o de clase invertida, que permite al alumnado analizar y trabajar previamente en casa los contenidos accesibles online, para luego en clase debatir, experimentar con ellos y obtener asesoramiento de forma presencial.



4.2. TEMÁTICAS. Elección de contenidos y soluciones

Las “temáticas” son las propuestas y soluciones que se proporcionan desde el centro respecto a los objetivos y problemas del alumnado acerca de su desarrollo profesional.

Por ejemplo, las “fuentes del empleo” puede ser un contenido de valor incluido en un tipo de contenido o temática principal más amplia como la “búsqueda de empleo”.

Selección de temáticas prioritarias

Cada centro debe elegir sus temáticas prioritarias en función de los intereses de su alumnado, y dar el peso correspondiente a esa prioridad en la programación del servicio de orientación.

Una buena forma de abordar la selección de temáticas es hacerse este tipo de preguntas:

“Si solo pudieras prestar un servicio de orientación profesional con una duración de una hora, ¿a qué temática lo dedicarías?”

Si se decide, por ejemplo, dedicar esa hora a impartir una sesión grupal de búsqueda de empleo, este contenido define la prioridad.

Por ejemplo, ¿qué peso debe tener la temática “sociolaboral” en el servicio de orientación profesional del centro?

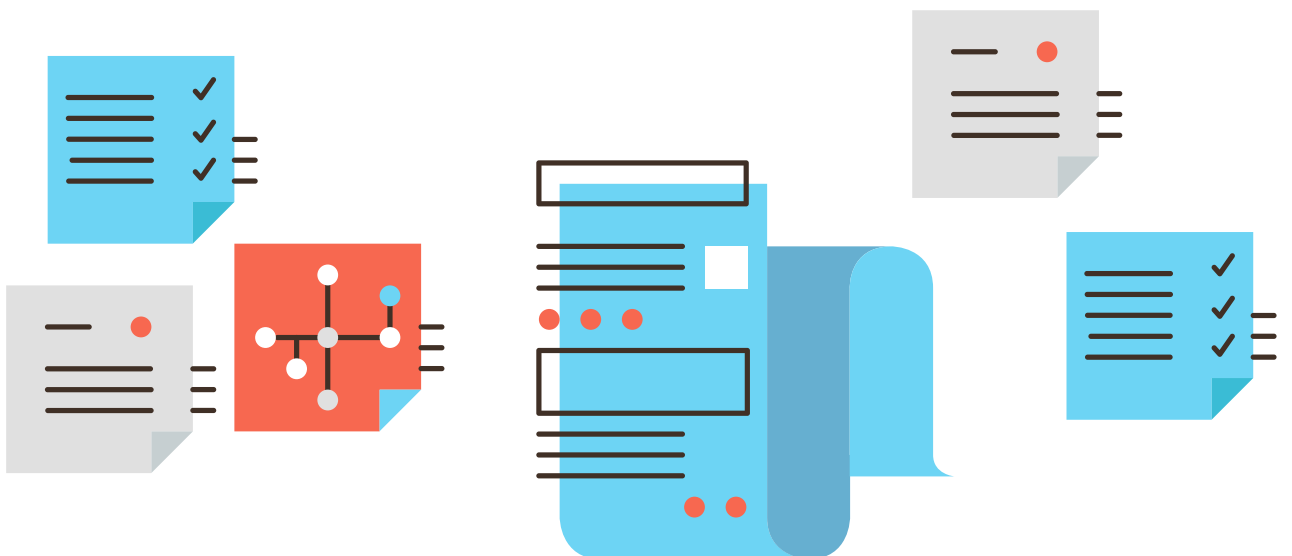
Los contenidos sociolaborales tienen que ver, por ejemplo, con derechos y obligaciones laborales, contratos, información y normativa respecto a Seguridad Social y Prevención de Riesgos Laborales.

Pregúntate:

“El tiempo y los recursos dedicados a estas temáticas en la programación de orientación ¿se adecúa a las necesidades de mi alumnado?”

#Ejemplo. Lista de temáticas potenciales de un servicio de orientación profesional

NOTA. Esta lista de temáticas es un contenido propuesto solo a modo de ejemplo. Cada servicio de orientación profesional debe elaborar su propia lista



1. DESARROLLO. Contenidos y competencias con valor transversal para el desarrollo profesional

- » Autoconocimiento y autoevaluación. Con relación a objetivos concretos
- » Haztitud. Estilo de vida, valores, actitudes, experimentación
- » Cambio. Objetivos, especialización, elecciones, reinención
- » Talento. Empleabilidad, competencias, formación
- » Método. Motivación, planificación, decisiones
- » Marca. Presentación y reputación profesionales
- » Networking. Habilidades sociales y relaciones
- » Online. Estrategias de presencia online para los y las profesionales que buscan empleo o quieren crear su negocio

2. SOCIOLABORAL. Información sobre derechos y obligaciones sociolaborales

3. EMPLEO. Información y competencias de búsqueda e inserción laboral

- » “Infoempleos”. Información sobre empresas, ocupaciones y sectores específicos, y sobre ofertas de empleo y formación
- » Técnicas de búsqueda de empleo
- » Curriculum y presentación profesional
- » Selección de personas

4. EMPRENDIMIENTO. Iniciativa emprendedora

5. FORMAEMPRESA. Monitorización de formación dual y en centros de trabajo (FCT)

6. INSERCIÓN. Contacto con empresas: bolsa de trabajo, información de ofertas de empleo, experiencias profesionales, prácticas y acciones directas de inserción

7. CUALIFICACIÓN. Información sobre itinerarios formativos y acreditación de competencias profesionales

8. EDUCACIÓN. Orientación educativa

9. DIVERSIDAD. Atención a situaciones, objetivos y problemáticas especiales.

4.3. ACCIONES. Tipos de acciones por objetivos, temáticas y formatos

Cada servicio de orientación debe elaborar una propuesta de las acciones que desarrolle los objetivos y temáticas seleccionadas en función de los recursos disponibles, e incluirlas en la programación del centro.

Tipos de acciones de orientación del centro

→ Acciones de Información grupal

Incluyen actividades que trasladan contenidos meramente informativos no personalizados. Sus **formatos** de prestación podrían ser, por ejemplo:

- » Sesión grupal presencial
- » Sesión impartida de forma online en directo
- » Contenido formato texto accesible de forma online
- » Contenido audiovisual (vídeo) elaborado o grabado con anterioridad y accesible de forma online

Por ejemplo, una acción de información sobre salidas o alternativas profesionales, relacionadas con una determinada especialidad formativa, podría basarse en la elaboración, por parte del servicio de orientación, de un ebook o material en pdf puesto a disposición en un espacio online.

→ Acciones de Orientación Grupal

Se trata de actividades que incluyen contenidos y ejercicios para facilitar la indagación de alternativas, la toma de decisiones, la definición de objetivos y la elaboración de planes profesionales.

Incluyen un cierto nivel de personalización en la medida en que se adaptan a los intereses de los y las participantes del grupo.

→ Acciones de Entrenamiento Grupal

Se trata de actividades de entrenamiento y práctica en grupo de competencias específicas con más grado de especialización que las acciones de orientación grupal, mayor cuanto más pequeño es el grupo.

→ Acciones de Orientación y apoyo personalizados

Se trata de los servicios de mayor personalización y adaptación al usuario o usuaria al ser su prestación de carácter exclusivamente individual.

Las acciones personalizadas suponen una gran inversión de recursos por lo que su uso debe estar justificado dentro de la programación del servicio de orientación.

Todos los usuarios y usuarias deberían tener la posibilidad de recibir al menos una acción inicial y otra final de orientación personalizada y, en general, tantas como sean posibles para facilitar que cada persona pueda elaborar su plan de desarrollo profesional y adquirir unas competencias básicas de gestión y toma de decisiones.

También hay que tener en cuenta que algunos usuarios y usuarias con especiales dificultades requerirán acciones de orientación especialmente personalizadas, que incluyan actividades de entrenamiento de competencias y acompañamiento a la inserción.

→ Acciones “internas” del servicio de orientación

El servicio de orientación también debe considerar los recursos para desarrollar acciones internas o complementarias que, aunque no tienen peso lectivo ni aparecen en la programación pública del servicio por no prestarse directamente a los usuarios y usuarias, son necesarias para el resto de acciones.

Las principales acciones internas de orientación serían:

- » Elaboración y actualización de contenidos
- » Análisis del mercado de trabajo relacionado con las especialidades del centro
- » Networking: establecimiento de redes de contactos
- » Contacto permanente con empresas
- » Propuesta de acciones del servicio de orientación profesional

NOTA. Este listado de acciones es un BREVE contenido propuesto solo a modo de EJEMPLO e inspiración. Cada servicio o centro de orientación debe elaborar su propia lista o “carta” de acciones, y cada acción debe detallarse en una Ficha-Programa

Acción. Acogida del alumnado (material grabado)

DESCRIPCIÓN.

Material grabado (vídeo) accesible online y dirigido a toda la audiencia potencial al inicio del curso académico, con una duración por determinar.

CONTENIDOS.

Información de interés general sobre derechos, obligaciones, recursos, servicios y opciones disponibles para el alumnado. El material puede organizarse por módulos temáticos.

ACCESO.

Carácter voluntario. Sí requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

El usuario o usuaria debe completar test online para acreditar participación.

Acción. Acogida del alumnado (presencial grupal)

DESCRIPCIÓN.

Sesión presencial en gran grupo para todo el alumnado al inicio del curso académico, con una duración de 60 minutos.

CONTENIDOS.

Información general sobre derechos, obligaciones, recursos, servicios y opciones disponibles para el alumnado.

Esta acción presencial incidirá en algunos de las temáticas expuestas en el vídeo de acogida.

ACCESO.

Carácter obligatorio. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación.

Acción. “Haztitud” profesional (online grupal)

DESCRIPCIÓN.

6 sesiones grupales online con una duración de 60 minutos cada una, tras trabajo previo con material recomendado por el servicio de orientación.

CONTENIDOS.

“La mejor actitud es hacer”. Orientación general e introductoria sobre los elementos más importantes en el desarrollo profesional y la consecución de oportunidades relacionados con el factor “Haztitud”, que incluye el trabajo con los valores, las actitudes y los comportamientos que potencian la iniciativa y la experimentación frente a la pasividad.

ACCESO.

Carácter voluntario. Sí requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Ver #Ejemplo de Ficha de Acción-Programa “Haztitud Profesional”

Ver Anexo “Haztitud Profesional” (Material de trabajo del Manual #FPOrienta)

Acción. Tu empleo en 40 pasos (material grabado)

DESCRIPCIÓN.

Material grabado (vídeo) accesible online y dirigido a toda la audiencia potencial, con una duración por determinar.

CONTENIDOS.

Orientación general e introductoria sobre los elementos más importantes en el desarrollo profesional y la consecución de oportunidades, tales como la definición de metas profesionales y las técnicas de búsqueda de empleo.

El material puede organizarse por módulos temáticos.

ACCESO.

Carácter voluntario. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

Acción. Tu empleo en 40 pasos (online grupal)

DESCRIPCIÓN.

Dos sesiones grupales online con una duración de 60 minutos cada una, tras trabajo previo con material recomendado por el servicio de orientación (material grabado de "Tu empleo en 40 pasos").

CONTENIDOS.

Orientación general e introductoria sobre los elementos más importantes en el desarrollo profesional y la consecución de oportunidades, tales como la definición de metas profesionales y las técnicas de búsqueda de empleo.

ACCESO.

Carácter voluntario. Sí requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Ver #Ejemplo de la Ficha de Acción-Programa "Tu empleo en 40 pasos"

Acción. Tus metas profesionales (material grabado)

DESCRIPCIÓN.

Material grabado (vídeo) accesible online y dirigido a toda la audiencia potencial, con una duración por determinar.

CONTENIDOS.

Orientación introductoria y recursos para guiar al usuario o usuaria en la definición de sus objetivos profesionales específicos, y en el establecimiento de los planes e itinerarios para alcanzarlos.

ACCESO.

Carácter voluntario. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

Acción. Tus metas profesionales (presencial)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión presencial (en el centro), personalizada e individual de una hora de duración, previo trabajo del usuario o usuaria con material recomendado por el servicio de orientación.

CONTENIDOS.

Orientación presencial y personalizada para guiar al usuario o usuaria en la definición de sus objetivos profesionales específicos, y en el establecimiento de los planes e itinerarios para alcanzarlos.

ACCESO.

Carácter voluntario. SÍ requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

Acción. Curriculum Vitae (online grupal o material grabado)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal online con una duración de 60 minutos, accesible a cualquier usuario o usuaria interesado y con posibilidad de realizar preguntas en chat.

También puede desarrollarse esta acción dando acceso a un material grabado.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos para la elaboración de presentaciones y curriculum profesionales convencionales y online.

ACCESO.

Carácter voluntario. Sí requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario o usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

Acción. Curriculum Vitae (presencial obligatorio)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal presencial con una duración de 90 minutos, desarrollada en grupo en el aula.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos para la elaboración de presentaciones y curriculum profesionales convencionales y online.

Recomendada participación previa en la acción “curriculum vitae online”.

ACCESO.

Carácter obligatorio. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Recomendada participación previa en acción “Tus metas profesionales”.

Ver Anexo “Reglas para un curriculum y una presentación profesional eficaces” (Material de trabajo del Manual #FPorienta)

Acción. Fuentes de empleo: qué empresas de tu sector ofrecen oportunidades profesionales (online)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal online con una duración de 60 minutos, accesible a cualquier usuario o usuaria interesado y con posibilidad de realizar preguntas en chat.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos para encontrar información sobre empresas que ofrecen oportunidades de empleo.

ACCESO.

Carácter voluntario. Sí requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Ver Anexo "Reglas para un curriculum eficaz" (Material de trabajo del Manual #FPorienta)

Acción. LinkedIn para profesionales (presencial grupal)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal online con una duración de 90 minutos.

También puede desarrollarse esta acción dando acceso a un material grabado o de forma online.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos para aplicar la red social profesional LinkedIn como herramienta de presentación profesional online, como plataforma de networking y como portal para encontrar oportunidades profesionales y de negocio.

ACCESO.

Carácter obligatorio. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Material recomendado: Guía de LinkedIn para profesionales.

Elaborada por María Lázaro. <http://www.hablandoencorto.com/>

Acción. Networking: No busques empleo y ponte a conocer gente “online”

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal online con una duración de 60 minutos, accesible a cualquier usuario o usuaria interesado y con posibilidad de realizar preguntas en chat.

También puede desarrollarse esta acción dando acceso a un material grabado.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos de aplicación de la técnica de networking y gestión de las redes sociales de contactos para encontrar oportunidades y desarrollar la vida profesional.

ACCESO.

Carácter voluntario. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

Acción. Networking: No busques empleo y ponte a conocer gente (presencial grupal)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal presencial con una duración de 90 minutos.

CONTENIDOS.

Orientación específica y recursos de aplicación de la técnica de networking y gestión de las redes sociales de contactos para encontrar oportunidades y desarrollar la vida profesional.

Esta acción presencial tiene como objetivo la puesta en práctica de habilidades sociales y de networking.

ACCESO.

Carácter obligatorio. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Recomendada participación previa en acción “Networking: No busques empleo y ponte a conocer gente (online)”

Ver Anexo “Networking” (Material de trabajo del Manual #FPorienta)

Material complementario: La red de contactos. Guía de networking aplicada para la búsqueda de empleo. Elaborada por Alfonso Alcántara (Yoriento.com)

Acción. Derechos laborales básicos (online o material grabado)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión grupal online con una duración de 60 minutos, accesible a cualquier usuario o usuaria interesado y con posibilidad de realizar preguntas en chat.

También puede desarrollarse esta acción dando acceso a un material grabado.

CONTENIDOS.

Orientación específica sobre los derechos y obligaciones básicas de los trabajadores y trabajadoras.

ACCESO.

Carácter voluntario. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Pueden planificarse tantas acciones sobre derechos laborales como temáticas específicas se quieran tratar: derechos básicos, contratos laborales, empresas de trabajo temporal, jornada de trabajo, salarios, despidos, protección sobre desempleo, etc.

Acción. Derechos laborales básicos (presencial-grupal)

DESCRIPCIÓN.

Una sesión presencial en grupo en el aula, con una duración de 90 minutos.

CONTENIDOS.

Orientación específica sobre los derechos y obligaciones básicas de los trabajadores y trabajadoras.

La sesión presencial se dedicará sobre todo a resolver las consultas de los y las participantes.

ACCESO.

Carácter obligatorio. NO requiere inscripción.

EVALUACIÓN.

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

NOTAS.

Se recomienda la participación en la acción previa "Derechos laborales básicos (online o con material grabado)" para preparar las dudas y consultas que se expondrán en la sesión presencial

Ficha-Programa de cada acción

Cada acción que se incluya dentro del servicio de orientación profesional debe disponer de una ficha-programa de acción.

FICHA-PROGRAMACIÓN DE ACCIÓN

1. Nombre de la acción.
2. Temática. Ver listado de temáticas para acciones.
3. Objetivos e indicadores básicos del servicio.
4. Contenidos. Índice de materias y módulos básicos de la acción-servicio.
5. Programación. Sesiones o actividades que incluye la acción, e inclusión en agenda de orientación del centro.
6. Número previsto de participantes y peso lectivo en el plan de orientación del centro
7. Profesionales implicados.
8. Desarrollo de la acción: inscripción, personalización, prestación, accesibilidad.
 - 8.1. Inscripción. Abierta vs por inscripción.
 - 8.2. Personalización. Individual vs grupal.
 - 8.3. Prestación. Presencial vs online.
 - 8.4. Accesibilidad. Solo en directo vs siempre accesible online.
9. Metodología: principios, protocolos, actividades, evaluación.
10. Recursos: contenidos y herramientas básicas.

#Ejemplo. Ficha de acción “Haztitud profesional” (online grupal) (VER ANEXO)

NOTA. Esta ficha es un contenido propuesto solo a modo de ejemplo e inspiración. Su temática también ha sido elegida a modo de ejemplo. Cada servicio o centro debe elaborar las fichas de cada acción.

→ 1. Nombre de la acción

Haztitud profesional. No busques oportunidades, haz que te encuentren. La mejor actitud es hacer.

→ 2. Temática

“La mejor actitud es hacer”. Orientación general e introductoria sobre los elementos más importantes en el desarrollo profesional y la consecución de oportunidades relacionados con el factor “Haztitud”, que incluye el trabajo con los valores, las actitudes y los comportamientos que potencian la iniciativa y la experimentación frente a la pasividad.

→ 3. Objetivos e indicadores básicos del servicio

Cada usuario y usuaria participante debe completar test online para acreditar participación o trabajo realizado.

→ 4. Contenidos. Índice de materias y módulos básicos de la acción-servicio

1. CAMBIAR, aceptar o quejarse: elige tu actitud.
2. VALORES ¿Qué crees que te importa y qué te importa de verdad?
 - 2.1. ¿Tu estilo de vida ideal es tan ideal?.
 - 2.2. Alinea vida y valores.
3. HAZTITUD La mejor actitud es hacer.
 - 3.1. Cuando pedimos un ‘cambio de actitud’ en realidad pedimos un cambio de comportamiento.
 - 3.2. Actividad. Hacer lleva a hacer más; no hacer lleva a hacer menos.
 - 3.3. Iniciativa. Las personas que esperan a que las cosas lleguen recibirán las abandonadas por las que salieron a buscarlas.
 - 3.4. Experimentación. ¿Y si lo haces de todas formas?.
 - 3.5. Hábitos. No luches contra tus hábitos, crea otros nuevos para sustituirlos.
 - 3.6. Dedicación. Concédete el plazo necesario para alcanzar tu objetivo.
 - 3.7. Perseverancia. Inténtalo lo suficiente: a veces solo es cuestión de insistir.
 - 3.8. Animarse para seguir y consolarse al desistir.

4. PENSAMIENTOS Tu vida no es la que piensas, tu vida es la que haces.

4.1. Optimismo. Si quieres puedes. O no.

4.2. ¿El pensamiento positivo realmente cambia la vida?

4.3. Expectativas: Sobreestimar el éxito conduce al fracaso; prepararse para el fracaso conduce al éxito.

4.4. Actuar. El mejor pensamiento positivo es el comportamiento positivo

5. ACEPTACIÓN Siéntete como puedas pero haz lo que debas.

5.1. Atender a los pensamientos negativos sobre el pasado o el futuro, limita el presente.

5.2. La metáfora del autobús: tú decides la ruta.

→ 5. Programación. Sesiones o actividades que incluye la acción e inclusión en agenda de orientación del centro

6 sesiones online de orientación grupal, el primer lunes de cada mes.

Duración de cada sesión: 60 minutos.

→ 6. Número previsto de participantes y peso lectivo en el plan de orientación del centro

150 participantes.

10% de peso lectivo del plan de orientación.

→ 7. Profesionales implicados

Impartido preferentemente por profesores y profesoras FOL, y orientadores y orientadoras. Pueden participar profesores y profesoras de especialidad interesados.

→ 8. Desarrollo de la acción: inscripción, personalización, prestación, accesibilidad

1. Inscripción. Abierta.

2. Personalización. Grupal.

3. Prestación. Online y presencial.

4. Accesibilidad. Solo en directo (no hay material grabado).

→ 9. Metodología: principios, protocolos, actividades, evaluación

En esta acción se van a emplear siete elementos metodológicos:

- » Conceptos didácticos.
- » Frases inspiradoras.
- » Consejos aplicables.

- » Dinámicas de aprendizaje.
- » Preguntas de activación.
- » Casos reales.
- » Historias motivadoras.

→ 10. Recursos. Contenidos y herramientas básicas

Material principal: Haztitud profesional (elaborado por Yoriento.com).

#Ejemplo. Ficha de acción “Tu empleo en 40 pasos” (online grupal)

NOTA. Esta ficha es un contenido propuesto solo a modo de ejemplo e inspiración. Su temática también ha sido elegida a modo de ejemplo. Cada servicio o centro debe elaborar las fichas de cada acción.

→ Nombre de la acción

“Tu empleo en 40 pasos”.

→ Temática de la acción

Orientación general e introductoria sobre los elementos más importantes en el desarrollo profesional y la consecución de oportunidades, tales como la definición de metas profesionales y las técnicas de búsqueda de empleo.

Esta acción puede complementarse con otras acciones más especializadas que desarrollen las temáticas seleccionadas de una forma más detallada, en función de los intereses de los usuarios y usuarias.

→ Programación. Sesiones o actividades que incluye la acción e inclusión en agenda de orientación del centro

Dos sesiones grupales online con una duración de 60 minutos cada una, tras trabajo previo con material recomendado por el servicio de orientación (material grabado de Tu empleo en 40 pasos).

Duración total: 120 minutos.

Las sesiones presenciales asociadas se utilizarán para responder las preguntas y consultas del alumnado previa lectura y trabajo con el material proporcionado por el orientador u orientadora.

→ Contenidos. Índice de materias y módulos básicos de la acción-servicio

El material de trabajo podría incluir contenidos y actividades relativas a **algunas** de las siguientes materias:

1. Las razones del éxito profesional y las razones del desempleo.
2. Tus creencias erróneas en la búsqueda de empleo.
3. Test de empleabilidad. ¿Tus metas profesionales están bien definidas? ¿Tienes las competencias necesarias en tu campo profesional? ¿Sabes encontrar oportunidades? Cuestionario de autoanálisis de los factores de desarrollo profesional relacionados más relevantes.
4. Análisis de tu momento profesional actual: motivaciones, valores y decisiones.
5. Recomendaciones para motivarte hacia el empleo.
6. Trabajo temporal o “urgente”: opciones y recursos para encontrar empleos de carácter temporal.
7. Tu objetivo profesional: definición de metas laborales.
8. Recomendaciones de formación para el empleo.
9. Alternativas de formación para el empleo.
10. Selecciona las empresas que te interesan.
11. ¿Cómo buscan las empresas a trabajadores y trabajadoras con tu profesión? Técnicas de reclutamiento y selección que utilizan las organizaciones que te interesan.
12. Todas las técnicas de búsqueda de empleo.
13. En tu caso, ¿cuáles son las mejores técnicas de búsqueda de empleo?.
14. El curriculum vitae (CV). Qué es y para qué sirve (herramientas de búsqueda 1). Las partes de un CV.
15. Los 23 consejos para hacer tus mejores currículos (herramientas 2).
16. Cómo utilizar tus CV para cada técnica de búsqueda de empleo (herramientas 3).
17. Los 10 consejos para hacer tus cartas de presentación convencionales y online (herramientas 4).
18. Cómo presentar solicitudes o instancias (herramientas 5).
19. Resumen sobre herramientas de búsqueda (herramientas 6).
20. Técnica de búsqueda de empleo (I). Contactos personales.
21. Técnica II. Respuesta a anuncios de ofertas de empleo.
22. Técnica III. Autopresentación por correo y e-mail.
23. Técnica IV. Autopresentación en persona o por teléfono en las empresas.
24. Técnica V. Autopresentación mediante tus propios anuncios.
25. Técnica VI. Inscripción en empresas de trabajo temporal.

26. Técnica VII. Inscripción en bolsas de trabajo públicas.
27. Técnica VIII. Ciberempleo: Búsqueda de empleo en internet.
28. Técnica IX. Inscripción y búsqueda de oportunidades en servicios públicos de empleo .
29. Técnica X. Otros servicios de empleo y colocación.
30. Técnica XI. Creación de tu propia empresa.
31. Técnica XII. Oposiciones- Empleo Público.
32. Técnica XIII. “Estar ocupado/ocupada” como técnica de búsqueda de empleo.
33. Técnica XIV. Apoyos especiales para tu inserción laboral.
34. La selección de personal: Cómo te eligen o te rechazan para un puesto de trabajo.
35. La entrevista de selección de personal (I). Presentación.
36. La entrevista de selección de personal (II). Recomendaciones.
37. Planifica diariamente tu búsqueda de empleo.
38. ¿Cómo mantener o “amarrar” tu empleo?.
39. Derechos para el empleo.
40. Ciberempleo. Directorio de internet y empleo.

5. FASES básicas del proceso de orientación profesional

5.1. FASE (I). EVALUACIÓN Y REGISTRO de la orientación

Evaluación del servicio de orientación

Las habilidades de evaluación de la efectividad y la calidad de los servicios prestados son claves en cualquier ámbito de intervención, ya sea social, personal o económica.

Una buena práctica de evaluación de la orientación profesional se basa en la operativización de los factores implicados. Los **objetivos del servicio**, tanto para los asesores y asesoras como para los usuarios y usuarias, deben ser claros y han de establecerse unos procedimientos de seguimiento y evaluación.

Estos procedimientos deben establecer unos **indicadores** para evaluar los progresos en la prestación de servicios, basados en unos objetivos específicos para cada usuario o usuaria (planes de acción individuales), y que desarrollen criterios de medición cualitativa y cuantitativa¹².

Las actividades de evaluación más importantes son las siguientes:

- » Determinar los objetivos de la orientación de forma explícita y concreta.
- » Establecer los indicadores relacionados con los objetivos susceptibles de ser medidos.
- » Seleccionar procedimientos y herramientas de evaluación y medición.

¹² Fundación Europea para la Mejora de las condiciones de Vida y de Trabajo (2002): En apoyo de la empleabilidad. Guía de buenas prácticas en materia de coaching y asesoramiento sobre empleo. *Informe Eurocounsel*. Loughlinstown, Co. Dublin. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (p.11)

- » Establecer la línea base de cada caso, esto es, los valores iniciales de los indicadores relacionados con los objetivos.
- » Programar las revisiones y los momentos de evaluación.
- » Realizar informes por escrito sobre el caso, incluyendo el registro en la ficha de los datos de evaluación, obtenidos en las sesiones con el usuario o usuaria.
- » Revisar continuamente las hipótesis del caso en función de los resultados obtenidos y plantear modificaciones al proceso: cambios o reelaboración de objetivos o indicadores, cambios en los procedimientos de intervención, y cambios en el propio proceso de evaluación.

Registro de la orientación

Registrar es orientar. El asesor o asesora debe mantener un registro preciso y coherente al que el usuario o usuaria debe tener acceso¹³.

El registro del caso es una actividad que forma parte del mismo proceso de orientación y que tiene como objetivo aumentar la fiabilidad de los datos obtenidos, facilitar la evaluación del caso y de la actuación del orientador u orientadora, mejorar la intervención e incrementar el valor de la orientación. El registro es importante también en la relación de orientación.

Entre las habilidades de evaluación más relevantes se encuentran las de registro de la orientación y las de realización de entrevistas entendidas como “medidas de autoinforme”.

Actividades de registro de la evaluación

Seleccionar los contenidos, datos o indicadores objeto de la medición

Datos personales- vitales, datos profesionales, datos sobre el objetivo, problema o la situación objeto de intervención, soluciones intentadas y habilidades, intereses declarados y motivadores, y datos relativos a otras experiencias de orientación.

Aprender, entrenar y poner en práctica las habilidades de registro

El registro requiere método, tiempo, concentración, habilidades de expresión (redacción) y habilidades de mecanografía, cuando el registro se hace mediante un procesador de texto. Si el orientador u orientadora realiza audiograbaciones también deberá transcribirlas en formato de texto, aunque los avances técnicos ya permiten la transcripción de contenidos audio a contenidos escritos.

Gestionar el timing del registro

Asignar el tiempo necesario para realizar el registro por escrito, tanto durante el desarrollo de la sesión (el cual será un poco más largo), como tras la sesión. Si es un audioregistro, también debe tenerse en cuenta el tiempo de transcripción.

¹³ Fundación Europea para la Mejora de las condiciones de Vida y de Trabajo (2002). (pág. 8)

Utilizar observadores externos

La observación de la actividad de orientación por parte de compañeros, compañeras y otros y otras profesionales, proporciona un feedback que facilita la mejora de las competencias de registro de los orientadores y orientadoras, y del propio proceso de orientación.

Buscar “automotivación” para registrar la orientación

El registro motiva la reflexión, facilita la “automejora” del orientador u orientadora; permite la comunicación entre orientadores y orientadoras; hace ganar tiempo; mejora la intervención; comporta ventajas directas para los usuarios y usuarias que redundan en la relación de orientación; ofrece retroalimentación positiva al orientador y la orientadora que le muestra cómo hace orientación, y es una prueba de que se ha realizado un trabajo.

Hacer los comentarios sobre el caso

Los comentarios del caso tienen como objetivo permitir la reflexión del orientador y de la orientadora, la planificación del caso, la generación de hipótesis y la evaluación postsección respondiendo a cuestiones como éstas:

- » ¿Están claramente definidos los objetivos del usuario o de la usuaria?.
- » ¿Qué objetivos pueden plantearse?.
- » ¿Cuál es su nivel de motivación para el cumplimiento de esos objetivos?.
- » ¿Las actividades propuestas van en la dirección de los objetivos?.
- » ¿Están adecuadas a la motivación del usuario o de la usuaria?.
- » ¿Están adaptadas a las habilidades y hábitos actuales del usuario o de la usuaria?.
- » ¿Se están consiguiendo los objetivos propuestos?.
- » ¿Por qué razones no se cumplen?.
- » ¿Deben redefinirse objetivos?.
- » ¿Deben adaptarse las actividades propuestas?.

Desarrollo de entrevistas de orientación

La entrevista es una “medida de autoinforme”, actividad y herramienta básica de la evaluación en orientación profesional.

La entrevista también es el espacio y el formato habitual y natural de comunicación entre orientador u orientadora y usuario o usuaria. Por ello, algunas habilidades de entrevista, y las actividades relacionadas con ellas, son similares a las habilidades para establecer una buena relación de orientación y para el registro en orientación.

Otras habilidades necesarias para el desarrollo de entrevistas en orientación dependen de los tipos de contenidos y datos que quieren ser obtenidos por el orientador u orientadora.

Por ejemplo, si el orientador u orientadora quiere aumentar la fiabilidad de los datos que obtiene sobre el comportamiento real del usuario o de la usuaria en determinadas situaciones y contextos, o sus habilidades específicas, puede emplear determinados modelos de realización de entrevistas **por competencias**, por ejemplo, a través **de incidentes críticos**, una técnica consistente en indagar en el comportamiento que la persona tuvo en determinadas circunstancias, que evidencia la existencia de determinadas competencias¹⁴. Los entrevistadores y las entrevistadoras pueden entrenarse para la implementación de este tipo de entrevistas o para desarrollar parte de las mismas con esta metodología.

Gran parte de las habilidades de entrevista son habilidades también necesarias para la **relación de orientación**.

En síntesis, lleva siempre un registro de la orientación porque así al menos podrás demostrar que estuviste trabajando ;)

Ficha de registro de orientación: apartados

NOTA. Los contenidos de esta ficha son una propuesta solo a modo de ejemplo. Cada servicio de orientación profesional debe elaborar, organizar y actualizar sus propios contenidos



14 Alcalá, MA, Coord. (2000): La entrevista de selección. Madrid: CIE-Dossat2000 (p.107)

→ Fecha última actualización

→ Resumen actualizado del caso

(Los datos más relevantes del proceso de orientación deben estar fácilmente accesibles para poder ser repasados o comunicados de forma rápida).

APELLIDOS. NOMBRE. DNI (Nombrar archivo así)

ITINERARIOS / PROYECTOS / OBJETIVOS EN MARCHA

TITULAR operativo que describe el objetivo del caso

SINTESIS DEL CASO. Resumen de aspectos más importantes

ACCIONES PREVISTAS / ACCIONES REALIZADAS (últimas)

→ Alternativas (potenciales objetivos)

ALTERNATIVA 1

ALTERNATIVA 2

ALTERNATIVA 3...

→ Balance de alternativas: apoyos y obstáculos

APOYOS PARA CADA ALTERNATIVA

(Especifica de forma breve los apoyos y recursos más importantes que facilitan la consecución del objetivo por parte del usuario o de la usuaria, y por parte de la orientación)

OBSTÁCULOS PARA CADA ALTERNATIVA

(Especifica de forma breve los obstáculos y limitaciones más importantes que dificultan la consecución del objetivo por parte del usuario o de la usuaria, y por parte de la orientación)

→ Objetivos definidos

(¿Los objetivos son concretos, alcanzables, medibles, temporizados y especifican los indicadores de consecución? ¿Han sido acordados entre el usuario o la usuaria y el profesional o la profesional de entre una lista de alternativas posibles previas? ¿Se ha informado al usuario o la usuaria de la dificultad, esfuerzo y tiempo necesarios para la consecución de los objetivos?)

OBJETIVO 1

OBJETIVO 2

OBJETIVO 3...

→ Itinerario para cada objetivo

CONSEJOS generales para el desarrollo del itinerario

PROGRAMACIÓN de acciones: temporalización y recursos

EVALUACIÓN de itinerario

→ Autoevaluación del orientador y de la orientadora

BUENAS PRÁCTICAS

Especifica de forma breve aspectos positivos de tu intervención: técnicas, acciones y estilos que crees que han potenciado el plan de mejora de tu usuario o usuaria.

ASPECTOS A MEJORAR

Si iniciaras el caso de nuevo, ¿qué aspectos tratarías de forma diferente?, ¿qué otras acciones o factores habrías incorporado?, ¿qué no habrías hecho?

Motivos de “cierre” provisional del caso

El o la profesional de orientación puede no continuar el trabajo personalizado con el usuario o usuaria por alguna de estas razones.

No cumplimiento

El usuario o usuaria, a pesar de declarar mostrarse motivado, motivada, o comprometido, comprometida con la orientación, y de que el plan contempla actividades graduales y sencillas, no realiza las tareas o incumple otros aspectos del proceso. Se puede informar al usuario o usuaria de que tal vez en este momento no necesite o no esté en condiciones de aprovechar la orientación por determinados motivos relacionados con el propio caso. Tal vez más adelante pueda solicitar de nuevo esta orientación o contactar puntualmente con el orientador u orientadora.

Autonomía suficiente

Se informa al usuario o usuaria que el objetivo de la orientación es ayudarlo a manejar su propia vida profesional y que parece que ya tiene la experiencia, las herramientas y las competencias suficientes para hacerlo. El usuario o usuaria podrá contactar puntualmente con el orientador u orientadora.

No participación

El usuario o usuaria no asiste a una o varias sesiones concertadas de orientación. Si bien el orientador u orientadora puede volver a contactar, debe hacerlo solo por motivos de seguimiento (Pedro, qué tal, me imagino que no pudiste venir, no importa, te llamaba para ver cómo estabas...). Es el usuario o usuaria el que debe tomar iniciativa si quiere una nueva sesión.

Decisión declarada del usuario o usuaria

El usuario o la usuaria, en la primera sesión o en sesiones posteriores, puede decidir no seguir participando en orientación por diversos motivos.

Pausa orientadora

El orientador o la orientadora puede proponer al usuario o usuaria el cese de la actividad de orientación, sobre todo por motivos de incumplimiento de los compromisos acordados. Se trata de usuarios o usuarias que se declaran interesados por la orientación pero que no se implican en el desarrollo de su plan. Se busca producir un efecto motivacional para que el usuario o usuaria valore más la orientación y se implique más en la gestión de su vida profesional.

Autoevaluación del profesional de la orientación

Competencias de mejora

El orientador o la orientadora debe contar con las competencias para autoconocerse en su relación con el usuario o la usuaria, y en su comportamiento como orientador u orientadora. Estas **metacompetencias** permiten la evaluación de las propias competencias y de sus implicaciones en el rendimiento y en el desarrollo profesional.

Implica la conciencia sobre las propias competencias profesionales (modelo) y sobre las actividades que implica el uso o aplicación de estas competencias y sus resultados.

Evaluación por autoobservación del orientador y de la orientadora

Puestas en práctica mediante autoobservación y registro de la propia conducta del orientador u orientadora en las sesiones de orientación, y de las consecuencias de esa conducta en la conducta del usuario o usuaria. El registro puede realizarse en la propia ficha del caso.

Por ejemplo, un orientador u orientadora puede describir así su propia conducta:

“Creo que he prolongado en exceso la sesión. Cuando estoy cansado tiendo a no seguir el procedimiento y a charlar o argumentar más con el usuario”.

“Cuando le he hecho la recomendación de utilizar más sus contactos, me ha dicho que ya lo hace pero que no le ayudan. Creo que no debo recomendar o decir así las cosas porque se toman como críticas por parte de la usuaria”

Evaluación del orientador y de la orientadora por otras técnicas

El orientador y la orientadora debe conocer y aplicar otras técnicas de obtención de información sobre su propio comportamiento:

- » Observación y registro de nuestra actuación por parte de otros orientadores y orientadoras en role playings o casos reales. Pueden utilizar listas de chequeo u otros instrumentos de observación y registro
- » Entrevistas a usuarios y usuarias para recabar su opinión. También pueden utilizarse herramientas para facilitar sus informes
- » Puesta en común de casos y otras técnicas dinámicas para conocer y comparar comportamientos de los orientadores y las orientadoras
- » Observación de la propia actuación mediante la grabación previa de las sesiones

Evaluación por listas de chequeo

Los profesionales y las profesionales de orientación deben chequear y mejorar sus competencias metodológicas, especialmente aquellas relacionadas con la planificación y diseño del propio proceso de orientación.

Las listas de chequeo son instrumentos muy útiles para facilitar la autoevaluación y pueden ser cumplimentadas tras cada una de las sesiones de orientación. Las listas u hojas de chequeo deben ser completadas y mejoradas gradualmente.

Los indicadores que pueden incluir estas listas están relacionados con las competencias de este modelo: competencias para la automejora, para la evaluación, para la intervención, etc.

Una hoja de chequeo de competencias está compuesta por ítems que describen de forma concreta conductas del orientador o la orientadora cuya presencia o ausencia deben ser verificadas.

→ Lista de chequeo rápido de la metodología en orientación

La autoevaluación y comentarios del orientador o la orientadora sobre su caso tienen como objetivo permitir su reflexión, la planificación del caso, la generación de hipótesis y la evaluación postsesión respondiendo a las siguientes cuestiones:

- » ¿Están claramente definidos los objetivos del usuario o la usuaria? ¿Qué objetivos pueden plantearse?
- » ¿Cuál es su nivel de motivación para el cumplimiento de esos objetivos?
- » ¿Las actividades propuestas van en la dirección de los objetivos? ¿Están adecuadas a la motivación del usuario o la usuaria? ¿Están adaptadas a las habilidades y hábitos actuales del usuario o la usuaria?
- » ¿Se están consiguiendo los objetivos propuestos? ¿Por qué razones no se cumplen? ¿Deben redefinirse objetivos? ¿Deben adaptarse las actividades propuestas?
- » ¿De qué forma podría haber mejorado mi intervención profesional?
- » ¿Sigo en orientación un método y unos procedimientos específicos de planificación, consecución de objetivos y evaluación?

- » ¿Evalúo su eficacia?
- » ¿Comparo mi método con otros métodos?
- » Si no sigo un método, ¿debería seguirlo?
- » ¿Debería mejorar mis estrategias de solución de problemas y toma de decisiones?
- » ¿Describo por escrito mis métodos y formas de trabajo?
- » ¿Reviso los documentos ya elaborados para elaborar otros nuevos?
- » ¿Redacto con sencillez, claridad y operatividad?
- » ¿Cómo guardaré y recuperaré la información con facilidad?
- » ¿Cómo describiré y comunicaré- en su caso- los resultados y las propuestas de mejora?
- » ¿Cómo defino y describo de forma operativa la existencia de un objetivo, necesidad, interés o problema por parte del usuario o la usuaria?
- » ¿Son realistas los objetivos?
- » ¿Qué indicadores suelo utilizar para medir el estado y evolución del objetivo, el problema o la situación? ¿Podría utilizar otros?
- » ¿Qué alternativas me planteo? ¿Qué he hecho ante problemas similares? ¿Qué podría considerar para buscar y encontrar más opciones?
- » ¿Cómo sabré que estoy acercándome a los objetivos?
- » ¿Qué información debo recabar? ¿Con qué recursos cuento?
- » ¿Cuáles son las dificultades más importantes?
- » ¿Qué estrategia, alternativas y recursos tengo preparados para su superación o prevención?
- » ¿Qué pasos voy a dar para alcanzar los objetivos propuestos?
- » ¿El plan está graduado o los pasos están demasiado distanciados entre sí?
- » ¿El plan está graduado, temporalizado y adaptado para facilitar la consecución de los objetivos del usuario o usuaria?
- » ¿He realizado el plan por escrito?
- » ¿Cuáles son las técnicas que puedo utilizar?
- » ¿Cuáles son las mejores para los objetivos planteados?
- » ¿Qué recursos necesito y cómo debo adaptar las técnicas para aumentar su eficiencia?
- » ¿Cómo obtendré información sobre el problema, sobre la evolución del caso y sobre los resultados de la intervención?
- » ¿Cómo aseguraré la fiabilidad de los datos obtenidos?
- » ¿Cómo conoceré la influencia de cada uno de los factores implicados en la propia evolución del caso?

5.2. FASE (II). RELACIÓN. Competencias y contenidos de la relación de orientación

La influencia de la relación de orientación

La relación de orientación es el vínculo que se crea entre el usuario o usuaria y el orientador u orientadora, basado en la valoración de la orientación, la aceptación mutua y la empatía, en el clima positivo, en el respeto de las reglas establecidas y en la voluntariedad.

La mayoría de las habilidades del orientador u orientadora que permiten establecer y mantener una buena relación de orientación con el usuario o usuaria son necesarias también en la intervención, especialmente en las actividades tendentes a la facilitación del cambio.

Una adecuada relación de orientación tiene dos efectos importantes: genera un marco de reglas y expectativas compartidas (compromiso), y convierte al orientador u orientadora y a la propia orientación en algo valioso para el usuario o usuaria.

No es el usuario o la usuaria quien tiene que ser perfecto, es la atención al usuario. La relación de orientación puede generarse y mantenerse mediante **competencias y acciones específicas** que se emplean con objetivos evaluadores y/o de intervención.

Conversación básica para la relación de orientación

Las habilidades de conversación tienen un carácter metodológico y transversal. La ocurrencia de conversaciones iniciales y, en general, a lo largo de las sesiones, es importante para el establecimiento de una buena relación de orientación. Se trata de generar espacios en los que se “converse sin orientar”, precisamente para facilitar la orientación.

La mejora de las habilidades conversacionales puede implicar la preparación de temas de conversación con los usuarios y usuarias. Algunos orientadores y orientadoras no precisan de una elaboración previa de posibles charlas en sesión, mientras que otros deben incluir esta elaboración o preparación como una parte más del procedimiento de orientación.

POSIBLES TEMAS CONVERSACIONALES

Algunos posibles temas de charla entre el orientador u orientadora y el usuario o usuaria en las conversaciones de inicio de sesión podrán ser, a modo de ejemplo, los siguientes:

- » Puntualidad- Espera: Siento haberte hecho esperar, debes haber estado un buen rato (...); Te he podido recibir pronto. Ayer por ejemplo, que fue lunes, se presentaron muchas personas a la misma hora ¡y no veas! (...)
- » Acceso- Lugar de residencia: ¿Vienes de muy lejos? ¿En qué barrio vives? Ah, vives en L. Pues esa zona está creciendo mucho, ¿no? ¿Y has podido aparcar bien o vienes en bus?
- » Nombre del usuario o usuaria: originalidad y origen de los nombres y/o apellidos, ascendencia familiar, etc.

- » Atuendo o complementos (sin alusiones personales): Vaya, ¡ese maletín está muy bien! ¿Dónde te lo has comprado? Me gusta tu agenda, tu teléfono móvil, etc.
- » Datos profesionales y académicos (al revisar el CV, completar su ficha, etc.): Así que has estudiado FP de automoción ¿te gustan los coches o la mecánica? (...)
- » Motivo de visita. Motivos que les traen a orientación o al centro.
- » El servicio de orientación: ¿Lo conocías, sabías donde estaba, te habían hablado de él, de las actividades que hacemos? ¿Y qué te han dicho?.

Obtención efectiva de datos iniciales del caso

La petición y obtención de datos iniciales y “oficiales” puede tener efectos negativos sobre el usuario o usuaria y sobre la relación de orientación, burocratizando y haciendo tedioso el proceso.

De ahí la importancia de agilizar y hacer natural la obtención de estos datos mediante diversas actividades:

- » Conversar. Los datos pueden tomarse a la vez que se va generando una conversación, ayudándose además del CV que ha presentado el usuario o usuaria (en su caso). De esta forma, en poco tiempo y al inicio de la sesión, el orientador u orientadora consigue la información objetiva del caso, y el usuario o usuaria se encuentra en una conversación y no con la percepción de que está realizando papeleo.
- » Explicar el motivo de petición de datos al usuario o usuaria, y en general, el motivo de cualquier actividad en la que se le proponga participar o se le requieran datos de algún tipo. Adelantar también al inicio una breve presentación del centro, del servicio de orientación y del resto de servicios.
- » El orientador u orientadora completa las fichas y los documentos internos. En la medida de lo posible, no debe ser el usuario o usuaria el que tenga que cumplimentar formularios, fichas o cualesquiera otros documentos de carácter burocrático. Esta cumplimentación pueden realizarla conjuntamente orientador u orientadora y usuario o usuaria como parte de una conversación y como parte de la misma orientación aplicada.

Creación de una relación positiva

Conversaciones “positivas”

Se deben promover y mantener conversaciones neutrales, sin objetivo orientador a lo largo de las sesiones. Por otro lado, cualquier obtención de datos también tiene que realizarse desde un formato de conversación o de entrevista semiestructurada o no estructurada.

Realización de cumplidos naturales

Los pequeños, breves y naturales halagos o reconocimientos, cumplidos, valoraciones positivas, etc. son importantes en la relación de orientación: ***Vaya, has llegado muy puntual de nuevo; hoy te noto muy activa; con tu nueva agenda pareces un profesional; me han dicho que participaste mucho en el taller de orientación.***

Evitar críticas

Los orientadores u orientadora, como ocurre en la vida cotidiana, realizan críticas en muchas ocasiones de forma no consciente, o sin evaluar los efectos que sus palabras causan en el comportamiento del usuario o usuaria. Existen múltiples formas en que el orientador u orientadora puede hacer descripciones o valoraciones negativas de la conducta del usuario o usuaria. Para evitarlo tiene que autoobservarse para detectar estas críticas y los efectos que causan en la persona, y preparar formas de expresión alternativas.

Por ejemplo, en vez de decir, **“en estos años no has buscado mucho empleo. Ahora puedes empezar a hacer más cosas”**, puede expresarse así:

“Estos años has buscado empleo sobre todo enviando currículos. Muy bien. ¿Qué más cosas podemos hacer?”

Evitar obtener información mediante el uso de “por qué”

Cuando un orientador u orientadora pregunta **¿por qué?** se pueden producir diferentes efectos no deseables: generar un clima de entrevista e interrogatorio; hacer sentir mal o incómodo al usuario o usuaria si éste no conoce la respuesta o si la respuesta que puede dar es poco aceptable social o personalmente, lo que puede hacer incluso que evite darla, que mienta o que la dé con recelo; el orientador u orientadora hace notar que no comprende o critica indirectamente la situación por la que pregunta: **hace 5 años que no trabajas ¿por qué crees que te pasa esto?**

Cuando el usuario o usuaria ofrece respuestas que indican desconocimiento o falta de habilidades, el orientador u orientadora tiende a realizar recomendaciones no solicitadas o a intervenir cuando los objetivos no están claros y/o acordados. Querer ofrecer soluciones rápidas al usuario o usuaria implica perder la relación de orientación rápidamente.

Manejar adecuadamente las “recomendaciones” al usuario o usuaria

En general, es adecuado que el orientador u orientadora evite hacer propuestas y recomendaciones que el usuario o usuaria no haya solicitado, y cuando se hagan, que partan de los logros y actividades ya realizadas por el usuario o usuaria.

En general, no deben hacerse propuestas en la primera sesión y cuando el usuario o usuaria no haya definido aún objetivos claros. Recordar que las recomendaciones son actividades específicas de intervención y que, por tanto, su uso debe planificarse.

Si el orientador u orientadora dice **“¿has pensado en buscar ofertas de empleo a través de internet?”**, se trata de una recomendación indirecta. Si comenta **“tal vez conoces o revisas alguna página en internet sobre ofertas de empleo”**, se trata de una cuestión más neutral.

No discutir ni contraargumentar

Mostrar desacuerdo con el usuario o usuaria empeora la relación de orientación. El objetivo de la orientación y del orientador u orientadora no es tener razón ni demostrarle al usuario o usuaria que no la tiene, sino ayudar al usuario o usuaria a plantearse objetivos profesionales concretos y planes para alcanzarlos.

Si el usuario o usuaria dice **“es que no hay empleo de administrativo a menos que sea con enchufe, porque yo conozco...”**, el orientador u orientadora puede contraargumentar “no todos los empleos son enchufes” o “esto que dices no es del todo cierto”.

Pero el usuario o usuaria tiene sus razones para pensar o sentir de una forma y percibirá que el orientador u orientadora quiere “convencerlo”.

Otra opción es que el orientador u orientadora acepte siempre como posible la opinión del usuario o usuaria, tal vez con otras palabras (reformulación):

“Es cierto, el uso de contactos es la mejor técnica para la búsqueda de empleo. Existen además muchas otras formas de buscarlo. ¿Qué quieres que hagamos?”

Atribuir logros profesionales

Localizar, describir y atribuir de manera concreta éxitos profesionales relativos a “logros” del usuario o usuaria contribuye a un clima positivo.

Algunos ejemplos de atribución de logros personales y profesionales.

- » Experiencia profesional: para ser tan joven ya has trabajado en dos empresas, has hecho prácticas y te has preocupado por estar activo.
- » Forma de acceso a empleos: Así que conseguiste este empleo por personas conocidas. Eso debe significar que caes bien y te consideran profesional. ¿Tú qué crees?
- » Realización de actividades formativas: Parece que tienes un gran interés por aprender y ser una profesional en lo tuyo.
- » Planificar: No muchas personas llevan agenda, eres una persona muy organizada y eso ya es una buena habilidad.
- » Logros desde lo negativo: a pesar de la mala situación familiar que estás viviendo has encontrado fuerzas para solicitar orientación.

Implicación y valoración de la opinión del usuario o usuaria

Tag questions

Buscar y fomentar continuamente la participación del usuario o usuaria a través de preguntas retóricas o coletillas:

Hemos planteado estos pasos para alcanzar el objetivo que te propones. El paso más importante parece ser conseguir que le dediques más tiempo al estudio de la oposición. ¿No es así? ¿Tú qué crees?

Verificar su comprensión

En la anterior sesión elaboramos unos protocolos para que pudieras contactar más fácilmente con las empresas y con tus personas conocidas y contactos. Si quieres repasamos una a una cada propuesta.

Solicitar opinión sobre la propia orientación

Nos hemos visto ya en dos sesiones o reuniones ¿Qué te parece hasta ahora la orientación? En estos días que no nos hemos visto, ¿qué has recordado más de las reuniones? ¿Qué te parece que escriba nuestras conversaciones?

Puesta en valor del servicio de orientación

Preparar y mostrar a los usuarios o usuarias diversas definiciones y formas de entender la orientación

Por ejemplo, *apoyarte para conseguir un empleo a corto plazo (si este es tu objetivo) y también para ir mejorando poco a poco tu vida profesional para el futuro.*

Apoyar la definición de orientación con diversas actividades

Por ejemplo, mostrar planes de búsqueda o técnicas puestas en marcha por otros usuarios o usuarias que han mejorado su vida profesional a medio plazo.

Poner en valor la orientación mediante diferentes estrategias y descripciones

- » Mencionar la personalización del servicio, la utilidad de la orientación y la experiencia del orientador u orientadora.
- » Explicar que el servicio de orientación existe gracias a unos recursos limitados, en este caso aportados por la administración pública, y de ahí el tiempo limitado para cada caso.
- » Hablar de la reciprocidad de la relación entre usuario o usuaria y orientador u orientadora (que el esfuerzo de una parte depende del esfuerzo de la otra parte).
- » Resaltar la voluntariedad y el control por parte del usuario o usuaria, que siempre plantea sus objetivos, y va decidiendo si las actividades y pasos que vamos dando le son útiles o debemos cambiar el rumbo.
- » Informar sobre la información y otros recursos disponibles que tienen atractivo para los usuarios o usuarias: ofertas de empleo, ofertas formativas, etc.
- » Realizar un registro de la orientación, relacionar ese registro con el interés del orientador u orientadora por el caso e implicar al usuario o usuaria en el mismo: ***Como ves (mostrando la pantalla) escribo parte de la conversación que tenemos, para conocerte y poder ayudarte mejor. (...) Ves, acabas de decirme esto y yo lo escribo tal cual. Saber qué quieres y tu opinión es importante.***

Facilitación del cambio que mejora la relación de orientación

Uso de incentivos y desincentivadores en orientación profesional

El orientador u orientadora dispone de ciertos recursos y motivadores que puede hacer contingentes al esfuerzo y al comportamiento y a las verbalizaciones del usuario o usuaria, y que tienen especial importancia en la relación con él o con ella. El adecuado uso de estos motivadores especialmente verbales influye directamente en la relación de orientación.

Un ejemplo de incentivo sería: *¡Has hecho todas las cosas que acordamos para estar preparados en esta sesión y dar el siguiente paso! Muy bien. ¡Cuando te pones consigues muchas cosas!*. Un ejemplo de desincentivación podría ser: *Veo que no has podido dar los pasos que acordamos antes de venir a esta sesión. Entonces no podemos continuar* (y ofrecer una siguiente sesión más alejada en el tiempo de lo normal).

Planificar éxitos intermedios

El proceso de orientación debe planificar la consecución de éxitos suficientes para que el usuario o usuaria siga realizando actividades que le acerquen gradualmente a los objetivos marcados. Estos éxitos son, además de hitos en el itinerario, factores motivacionales muy importantes para que el usuario o usuaria valore la relación que tiene con el orientador u orientadora, y valore la orientación en general.



5.3. FASE (III). OBJETIVOS E ITINERARIOS en orientación profesional

Valoración y balance de alternativas

“En resumen, me has contado que quieres trabajar en cualquier tipo de ocupación de entre las que has destacado: limpiador, dependiente y reponedor. También te gustaría trabajar como administrativo o como telefonista, aunque reconoces que esto es más difícil, a menos que puedas aplicar mejor la técnica de los contactos personales, porque no tienes experiencia ni tampoco manejas muy bien la ofimática”.

La generación de alternativas y la búsqueda de información sobre las mismas son las primeras actividades que se realizan para la toma de decisiones o la solución de problemas. El establecimiento de objetivos por parte del usuario o usuaria conlleva la selección de alguna o algunas de las alternativas para elaborar un plan que conlleve su consecución.

Para ayudar al usuario o usuaria a indagar y valorar entre las alternativas encontradas o generadas, el orientador u orientadora puede hacer uso de la herramienta **“Balance de Alternativas”** para ofrecer feedback al usuario o usuaria en su toma de decisiones, y también para sopesar el apoyo que puede prestar el servicio de orientación en cada opción.

Balance de alternativas profesionales

1. Recursos

Recursos disponibles por parte del servicio de orientación y cualificación de los y las profesionales orientadoras con relación a cada alternativa.

2. Valores

Coherencia de los valores personales y profesionales con respecto a cada alternativa. ¿Es coherente el estilo de vida actual con la alternativa que se analiza?

3. Inversión

Tiempo, dedicación y recursos necesarios relacionados con cada alternativa.

4. Motivación

Análisis de la motivación actual y futura del usuario o usuaria basada en intereses declarados, historias previas y ejecución de tareas actuales relacionadas con cada alternativa.

5. Historia de experiencias

Historia de experiencias, éxitos y fracasos profesionales y educativos relacionadas con las alternativas.

6. Competencias

Evaluación de competencias relacionadas con las alternativas.

- » Competencias específicas requeridas en el sector y en las ocupaciones y tareas relacionadas con cada alternativa.
- » Competencias sociales y networking. Forma de acceso a empleos y oportunidades.
- » Competencias tecnológicas.

7. Apoyos o puntos fuertes

Especifica de forma breve los apoyos y recursos más importantes que facilitan la consecución del objetivo relativo a cada alternativa por parte del usuario o usuaria y por parte del servicio de orientación.

8. Obstáculos o puntos débiles

Especifica de forma breve los obstáculos y limitaciones más importantes que dificultan la consecución del objetivo relativo a cada alternativa por parte del usuario o usuaria y por parte del servicio de orientación.

Establecimiento de objetivos operativos

Los objetivos acordados entre el usuario o usuaria y el orientador u orientadora son el inicio y referencia del proceso de orientación.

Definición operativa de un objetivo

Un objetivo queda establecido cuando se ha definido de forma operativa siguiendo estos tres pasos:

- 1 ¿Los objetivos son concretos, alcanzables, medibles, temporizados y especifican los indicadores de consecución?
- 2 ¿Han sido acordados entre usuario o usuaria y profesional de entre una lista de alternativas posibles previas?
- 3 ¿Se ha informado al usuario o usuaria de la dificultad, esfuerzo y tiempo necesarios para la consecución de los objetivos?

#Ejemplo de descripción operativa de la meta.

Acceso a puesto H en empresas X,Y,Z con métodos A,B,C de candidatura o búsqueda.

→ Consejos generales para la definición y el cumplimiento de objetivos

- » Considerar la generación de alternativas y definición (y redefinición) de los objetivos como una actividad continua. Generar alternativas es no cerrar definitivamente ninguna puerta (dejarlas entornadas), no dejar de seguir buscando puertas, ni dejar de seguir abriendo nuevas puertas, aunque sólo sea una rendija.
- » Relacionar la solución de los problemas, la consecución de los objetivos y los resultados, con los esfuerzos, la dedicación y la calidad que se está dispuesto a invertir o a aplicar.

- » Recordar los objetivos de la orientación a través de la puesta en marcha de planes de actuación a partir de objetivos.
- » Recordar y clarificar los objetivos y motivaciones del usuario o usuaria y, en general, ayudar a la toma o reafirmación continua de decisiones.
- » Incrementar la motivación del usuario o usuaria hacia el cumplimiento del plan y la consecución de sus objetivos profesionales.
- » Observar las soluciones intentadas y los resultados conseguidos en el pasado y durante el desarrollo del plan, para aplicar las estrategias y técnicas más adecuadas a cada caso y a cada objetivo.
- » Resaltar que siempre se están tomando decisiones, y que un paso dado nos aleja de un sitio para acercarnos a otro. ¿Es el paso que decidimos dar o es un paso dado al azar?

Definición del itinerario de orientación

Un itinerario de orientación profesional es un plan de consecución de un objetivo profesional que incluye una programación de pasos intermedios, una temporalización y unos recursos y herramientas asignadas.

El diseño de un itinerario es un proceso continuo que consiste en elaborar una programación o plan que ordene todos los elementos implicados: objetivos intermedios, fechas, contactos, actividades, técnicas, recursos., etc.

Cada itinerario es único para cada objetivo establecido

Deben priorizarse los itinerarios entre sí para asignarles recursos de forma diferencial, aunque deben buscarse sinergias posibles entre los diferentes itinerarios.

Por ejemplo, pensemos en un usuario o usuaria que busca empleo como reponedor o reponedora en un supermercado X, y también como reponedor o reponedora en un supermercado Y. Aunque se trata de dos objetivos, que por tanto corresponden a dos itinerarios diferentes, ambos pueden compartir la parte común de las actividades y recursos necesarios.

El servicio de orientación puede utilizar diferentes técnicas para informar y motivar al usuario o usuaria sobre la elaboración y uso de itinerarios:

- » Usar la metáfora de la escalera (que incluye diversos pasos) o del autobús urbano (que incluye diversas paradas) para explicar el concepto itinerario
- » Ejemplos de itinerarios de otros casos resaltando las ventajas de su elaboración y seguimiento
- » Relacionar pasos del itinerario con objetivos concretos y prácticos a conseguir

El servicio de orientación debe elaborar un protocolo o guía para la elaboración y se-

guimiento de un itinerario que puedan conocer y seguir todos los y las profesionales del centro que participen en el servicio.

Este protocolo incluirá los pasos a seguir, las actividades y recursos principales y el procedimiento y herramientas de registro y representación gráfica de los itinerarios.

Elementos para el diseño del itinerario de orientación

Determinar y operativizar el objetivo final

Si no hay fijados unos objetivos claros o la motivación no parece ser suficiente, no es aconsejable iniciar o planear un itinerario.

Los pasos deben ser descritos de forma operativa y específica para facilitar y motivar su realización. También deben ser evaluables, especificando las consecuencias concretas que implicará su realización.

En el campo de la orientación para el empleo, el objetivo final será generalmente el acceso a un empleo. En el ámbito del desarrollo profesional serán otros tipos de objetivos como la mejora y cualificación profesional, el ascenso en una organización, el acceso a un empleo mejor, etc. El usuario o usuaria debe decidir cuál es ese objetivo final, y este será la referencia permanente del itinerario y del proceso de orientación.

Seleccionar los motivadores adecuados

El orientador u orientadora debe conocer suficientemente al usuario o usuaria para determinar estos motivadores, así como ha de buscarlos y adaptarlos, conjuntamente con el usuario o usuaria, para integrarlos en el itinerario.

Actividades disponibles del servicio de orientación para los itinerarios

La programación del servicio de orientación debe especificar las actividades disponibles para los itinerarios en curso de los usuarios o usuarias, así como los procedimientos de inscripción o participación de los mismos.

Elaborar listado de pasos potenciales del itinerario

Orientador u orientadora y usuario o usuaria deben elaborar un listado de pasos o aproximaciones sucesivas al objetivo final, sin importar el orden, que pueden ayudar a alcanzar el objetivo propuesto.

Se trata de un brainstorming continuo puesto que se pueden incorporar nuevos pasos o elementos en cualquier momento del proceso.

→ Ejemplos de pasos potenciales de un itinerario

- » Decidir seguir en orientación, determinar un objetivo y comprometerse a perseguirlo en un determinado período de tiempo
- » Hacer una lista de pasos para alcanzar un objetivo es un paso en sí mismo
- » Anotar un dato por primera vez en una agenda
- » Abrirse una cuenta de e-mail
- » Mejorar y aplicar habilidades concretas para la búsqueda de empleo (cada actividad aislada constituye un paso)
- » Incluir datos en un formulario de un sitio web sobre ofertas de empleo
- » Acceder a una entrevista de selección
- » Conseguir la admisión en un curso
- » Realizar una actividad formativa
- » Hacer la lista de contactos personales y empezar a gestionarla
- » Llamar a un conocido o conocida con el que no se tiene contacto desde hace tiempo, con la ayuda del orientador u orientadora
- » Visitar otro servicio de orientación para recabar información específica
- » Decidir tiempo y planificar un horario de dedicación al objetivo
- » Elaborar una presentación profesional muy adaptada al objetivo y publicarla o compartirla en todos los medios online propios
- » Elaborar “carta de presentación” y usarla en las candidaturas enviadas por correo electrónico o mensajería en redes sociales
- » Elaborar lista de las empresas, clientes y clientas objetivo con datos de contacto
- » Elaborar lista de potenciales profesionales relacionados con las empresas o clientes y clientas objetivo
- » Elaborar protocolos de contacto y contactar con los y las profesionales relacionados con el objetivo
- » Establecer estrategia de marca personal a medio-largo plazo para el objetivo

Ordenar el itinerario

Los pasos del itinerario deben ser ordenados de forma secuencial y representados de forma gráfica mediante una tabla, una lista y/o un mapa mental.

En todo caso, lo más importante es que el usuario o usuaria decida siempre qué hay que hacer antes, que tome ese tipo de decisiones para acostumbrarse a planificar.

Hay que relacionar las alternativas y objetivos acordados con los pasos concretos para alcanzarlas. Cada actividad propuesta debe estar referida a una parte o paso concretos del itinerario que conduce a la consecución de un objetivo.

Temporalizar el itinerario

La realización de los pasos debe ajustarse a una calendarización previa aproximada. No se trata de programar plazos rígidos pero sí de que el usuario o usuaria desarrolle la habilidad (y el hábito) de temporalizar los objetivos y acciones que se propone.

Visualizar y compartir

El orientador u orientadora debe desarrollar un método de registro de planificación, desarrollo y de los resultados del itinerario que facilite su visualización al usuario o usuaria.

Esta visualización tangibiliza la planificación, motiva al registro y es una herramienta poderosa de manejo de su propio proceso y automotivación para el usuario o usuaria.

Pro-planificación

No tenemos el hábito de planificar porque implica comportamientos que solo son reforzados a medio o largo plazo, por lo que los usuarios y usuarias se muestran reticentes a poner en práctica técnicas que parecen poco útiles o teóricas como “hacer listas”, temporalizar, gestionar contactos no finalistas, etc.

Estas metahabilidades hay que trabajarlas (al igual que el resto) facilitando que los usuarios y usuarias obtengan pequeños logros aplicándolas para que aprecien su valor a corto plazo.

Optimización y graduación del itinerario

El orientador u orientadora debe graduar la dificultad del itinerario dividiéndolo en pasos que estén suficientemente cercanos entre sí, para que el usuario o usuaria pueda ir fácilmente de un paso al siguiente.

Cada paso dado por un usuario o usuaria constituye un éxito. Los éxitos los conforman cada uno de los pequeños pasos dados en el camino hacia un objetivo final, y las consecuencias obtenidas al dar cada paso.

La planificación del espacio entre cada paso y del esfuerzo que debe realizar el usuario o usuaria (con la ayuda del orientador u orientadora), debe considerar el perfil de cada usuario o usuaria.

En general, los pasos deben ser accesibles, concretos y atractivos para el usuario o usuaria.

Por #ejemplo, imaginemos que un usuario o usuaria que quiere convertirse en profesor o profesora de autoescuela ha dado uno de los pasos previstos.

Ha obtenido toda la información sobre los cursos de formación para desempleados y desempleadas, entre los que se encuentran los cursos de formación de profesores y profesoras de autoescuela. Dar este paso (obtener la información) es un éxito en sí, porque

constituye la consecución de un objetivo intermedio. Es un logro además porque trae consecuencias positivas tangibles para el usuario o usuaria: la posibilidad de inscribirse en el mismo momento en que obtiene la información.

En otro #ejemplo, para un usuario o usuaria con habilidades ofimáticas y manejo de herramientas de internet, un paso como “hacer un listado en word con todas las becas que se han convocado este año para estudiar en el extranjero” resulta relativamente fácil. En cambio, ese mismo paso debe ser dividido en otros más pequeños y previos en el caso de una persona sin esas habilidades.

→ Checklist para un itinerario motivador ¹⁵

1. El orientador u orientadora debe recordar y hacer siempre presente al usuario o usuaria los pasos del plan y el objetivo final.
2. El orientador u orientadora debe facilitar y potenciar determinados motivadores tras la consecución de cada paso, evitando tanto el exceso como el defecto en la incenti-vación, en función del perfil de cada usuario o usuaria.
3. Nunca abordar un paso sin haber realizado y dominado el anterior.
4. Si el usuario o usuaria deja de realizar actividades es posible que se haya avanzado demasiado rápido, que los pasos no sean del tamaño adecuado o que los motivadores no sean los adecuados o suficientemente atractivos para el usuario o usuaria.

#Ejemplo. Protocolo y modelado de candidatura por teléfono: caso repostero

Caso de cocinero joven con 2 años de experiencia, especialidad repostería, que quiere emplearse en hotel de 4 estrellas de Badajoz.

Objetivos concretos.

Si un usuario o usuaria plantea en la sesión inicial un objetivo tan específico que puede empezar a perseguirse directamente, ¿por qué no hacerlo? En este caso se puede priorizar la aplicación de la técnica de candidatura por teléfono a las empresas objetivo.

Protocolos de actuación.

El o la profesional de la orientación puede preparar un protocolo para aplicar esa candidatura que incluya las fases de la llamada (frases iniciales, indagar información, concluir llamada...), los posibles escenarios y las posibles repuestas y frases para cada uno, y los resultados e información que buscan obtenerse en la candidatura.

#Ejemplo. Una frase inicial que puede dinamizar la llamada sería, por ejemplo: “Me han informado de que hay posibilidad de empleo en cocina en su hotel”.

¹⁵ Adaptado de Martin, G. y Pear, J. (1998). Modificación de conducta. Qué es y cómo aplicarla. Madrid: Prentice Hall (p. 76)

Protocolos adaptables

El protocolo debe mejorarse tras cada experiencia de aplicación, y debe considerar información sobre escenarios probables.

Por ejemplo, que la recepción del hotel informe que la selección de personal depende de cada área (en este caso de la jefatura de cocina), caso en el que la instrucción sería pedir que pase la llamada u obtener nombre y forma de contacto con el jefe o jefa de cocina. En otro escenario, si recepción informa que no hay empleo disponible, podría indagarse sobre otros periodos del año para hacer candidatura con más posibilidades de éxito.

El orientador u orientadora como modelo.

El orientador u orientadora también puede realizar una o varias simulaciones previas que sirvan de modelo o guía para el usuario o usuaria. Es decir, puede hacerse pasar por el propio usuario o usuaria para mostrarle la forma de aplicar el procedimiento.

Una experiencia de modelado es más efectiva si el o la modelo comparte similitudes funcionales respecto al usuario o usuaria en cuanto a competencias, y si los resultados son realistas.

En este sentido, el o la modelo podría mostrar algo de inseguridad en la llamada, y mostrar que puede haber falta de resultados o incluso rechazo por parte de la empresa: “no hay empleos”, “no puedo darle esa información”, “no atendemos por teléfono, envíenos el CV por email”, etc.

#Ejemplo. Elementos del itinerario de orientación

NOTA. Los contenidos de este ejemplo son solo una propuesta inspiradora. Cada servicio de orientación profesional debe elaborar y adaptar su propia metodología

Objetivo / Itinerario 1

Empleo de pinche de cocina
 Con experiencia
 A media jornada, preferentemente de mañana
 En empresa de Eibar o entorno (-10 km)

Prioridad del itinerario

Temporalización: incorporación inmediata
 Inversión /Dedicación: 100%.

Técnicas y actividades (objetivos instrumentales)

Mejorar el CV. Actividad requisito para diversas técnicas
 Elaborar lista de contactos. Actividad requisito para aplicar networking
 Elaborar y actualizar lista de empresas. Actividad para aplicar candidaturas y conocer el mercado de trabajo.

Aplicar networking.

Candidaturas por email + texto del email

Candidatura en portales de intermediación online y en webs de las empresas objetivo

Respuesta a anuncios (generalmente, online)

Mejorar formación. Ocupacional (específica), reglada, etc.

Acciones de orientación / formación (relativas a las técnicas)

Sesión de orientación personalizada (SOP). Presencial u online

Sesión de búsqueda de empleo (SBAE). Presencial u online, en directo o “grabada”

Sesión de elaboración de CV (SCV)

Curso de formación ocupacional sobre X, del servicio público de empleo

Titulación de formación profesional reglada

Evaluación del itinerario

La evaluación del itinerario incluye estos pasos:

Registro de evaluación en la ficha del caso

Registro de los resultados intermedios y finales del itinerario, y de la evaluación de cada sesión individual y grupal, esta última mediante cuestionario.

Propuesta de acciones de mejora tras los hitos de evaluación

1. Mejora de la planificación del itinerario
2. Mejora de la aplicación de técnicas y herramientas
3. Propuesta de cambio de objetivo y por tanto de itinerario

Evaluación del profesional y la profesional de orientación

Mediante procedimientos de autoevaluación, mediante entrevista al usuario o usuaria, y mediante evaluación por parte de otros y otras profesionales.

La evaluación debe especificar buenas prácticas y aspectos a mejorar.

Buenas prácticas (BP)

Especifica de forma breve aspectos positivos de tu intervención: técnicas, acciones y estilos que crees que han potenciado el plan de mejora de tu usuario o usuaria.

Aspectos a mejorar (AM)

Si iniciaras el caso de nuevo, ¿qué aspectos tratarías de forma diferente, qué otras acciones o factores habrías incorporado, qué no habrías hecho?

6. TÉCNICAS básicas de orientación profesional

Las técnicas de orientación profesional son procedimientos aplicados basados en la psicología y otras disciplinas científicas que pretenden conseguir el cambio de comportamiento, actitudes y hábitos, y el desarrollo de competencias de los y las profesionales que quieren alcanzar objetivos específicos.

Las técnicas de orientación incluyen contenidos informativos, recursos verbales y audiovisuales, y herramientas, también online, que se utilizan en la orientación personalizada y en las actividades grupales para ayudar a los usuarios y usuarias a definir, planificar y evaluar sus objetivos y estrategias profesionales.

Te proponemos revisar algunas de las técnicas básicas de orientación profesional

- » Técnica de información profesional
- » Técnica de consejo orientador
- » Técnica de racionalización o cambio de creencias
- » Técnica de compromiso y gestión de expectativas
- » Técnica de facilitación del cambio o consecución de logros
- » Técnica de modelado o aprendizaje vicario
- » Técnica de coaching como herramienta socrática

6.1. TÉCNICA (I). Información profesional

Información como orientación directa

La información es la intervención en orientación más sencilla y directa, pero que puede producir cambios significativos en el comportamiento de las personas.

La información aportada puede variar en su grado de elaboración por parte del servicio de orientación, y en el grado de dificultad de acceso que esa información tiene para el usuario o usuaria.

Por #ejemplo, el orientador u orientadora puede trasladar al usuario o usuaria una dirección de un sitio web donde se encuentra una lista de cursos; puede hacerle visualizar la lista en la pantalla de su ordenador; puede entregarle la lista impresa; puede entregarle una lista en la que se hayan seleccionado los cursos de interés para el usuario o usuaria, etc.

→ Tipos de acciones informativas

NOTA. Estos tipos de acciones informativas son solo una propuesta a modo de ejemplo. Cada servicio de orientación profesional debe proponer su forma de organización

Un servicio puede implementar diversas **actividades de información** relacionadas con diversos objetivos o pasos del proceso. La forma y el contenido de la información dependerá de los objetivos de la orientación en cada caso y en cada fase del caso.

1. Informar sobre alternativas profesionales, algunas de las cuales se convertirán en objetivos del usuario y la usuaria y de la orientación:

Con tu formación y habilidades podrías plantearte diversas alternativas u opciones profesionales, bien en la empresa pública, bien en la empresa privada, bien montando tu propia empresa.

2. Ofrecer información objetiva sobre recursos formativos, laborales, sociales, etc.:

Mira, en este momento el servicio público de empleo ha publicitado una amplia oferta de cursos, algunos te pueden interesar.

3. Informar sobre técnicas y herramientas de búsqueda de empleo y de desarrollo profesional:

Enviar tu CV a empresas es una buena técnica. Gestionar tus contactos personales es una técnica mejor aún en tu caso.

4. Informar sobre contactos y personas que pueden ofrecer algún tipo de ayuda o información:

En esta oficina puedes preguntar por Roberto. No tienes que ir de mi parte, sino sencillamente presentarte y usar el protocolo de contacto que hemos preparado.

5. Informar haciendo consciente al usuario o usuaria sobre su propia *personalidad* (hábitos, intereses, habilidades y comportamientos según contextos y situaciones), y de las consecuencias de su *forma de ser*, de sus conductas y pensamientos para consigo mismo o misma y con las demás personas en diferentes contextos.

Esta información puede ayudar a mejorar o a identificar los cambios ambientales y logísticos capaces de producir los resultados deseados.

Por #ejemplo, se puede informar que el uso de una agenda, la ocupación útil del tiempo, ser halagador o halagadora y menos crítico o crítica, etc. puede tener importantes influencias en la mejora vital.

6.2. TÉCNICA (II). CONSEJO. Uso de recomendaciones en orientación

El consejo como forma de orientación profesional

Las habilidades del orientador u orientadora para aconsejar e informar al usuario o usuaria sobre reglas del tipo *si haces esto, tendrás más posibilidades de conseguir aquello*, son, sin ninguna duda, las más utilizadas y las que mejor representan, aparentemente, el proceso de orientación en sí mismo. Por este motivo, la actividad orientadora es considerada, erróneamente, como sinónimo de consejo.

El consejo es una actividad de intervención que suele generar un cambio de conducta solo a corto plazo, porque no puede competir con los hábitos o las inercias del usuario o usuaria.

En todo caso, si el orientador o la orientadora da consejos directos a sus usuarios o usuarias, debe presentarlos como alternativas u opciones potenciales que deben validar los propios usuarios o usuarias.

Para aumentar la eficacia de sus consejos el orientador u orientadora debe ajustarlos al proceso:

- » Ofrecer recomendaciones específicas de actuación relacionados con objetivos operativos y alcanzables y evitar los consejos generales
- » Elaborar itinerarios graduados y adaptados a las competencias y motivación del usuario o usuaria
- » Facilitar el cambio para que se obtengan logros o avances intermedios suficientes relacionados con las instrucciones ofrecidas
- » Gestionar expectativas del usuario o usuaria para limitar el efecto de los fracasos y las “recaídas” producto de los consejos

Vemos algunas técnicas de consejo en orientación.

Informar selectivamente (yo he oído que...) como técnica de consejo

La información parcial o seleccionada funciona como un consejo indirecto para el usuario o usuaria. Los datos e informaciones que utiliza el orientador u orientadora los usa en detrimento de otros, por decisión o por desconocimiento. Estos datos pueden tomar la función de reglas a seguir por el usuario o usuaria.

Si una usuaria pregunta:

¿Dónde hay más posibilidades de encontrar un empleo para mí, que soy administrativa?

una posible respuesta de un orientador u orientadora sería:

Últimamente parece que en algunas entidades bancarias están haciendo muchas pruebas selectivas. Pero esto no significa que tú tengas posibilidades, te lo digo sólo a modo de orientación.

Esta usuaria posiblemente seguirá el “consejo” del orientador u orientadora, porque entre otras razones no tiene más información, el consejo proviene de una persona con credibilidad (el orientador o la orientadora), y tal vez la usuaria vez no tenga la motivación y/o las habilidades o contactos suficientes para seguir indagando alternativas de forma sistemática.

Dar instrucciones o consejos directos (haz esto)

Si a un usuario o usuaria se le dice:

“Si adaptas y personalizas tu CV para presentar tu candidatura en las empresas que te interesan tendrás más posibilidades de llegar a una entrevista”,

se le está transmitiendo una regla muy concreta que posiblemente seguirá, en el caso de que no lo haya intentado antes.

La eficacia de las instrucciones debe ser siempre contextualizada mediante la especificación de las condiciones concretas en las que su seguimiento tiene más probabilidad de éxito:

“Puedes adaptar y enviar tu CV como auxiliar de enfermería a diferentes clínicas, pero tus posibilidades son bajas puesto que no tienes experiencia y es una profesión con mucha competencia. Haz candidatura espontánea pero aplica también otras técnicas, ¿de acuerdo?”

Formas de poner en valor los consejos

Los consejos pueden ser validados para aumentar su eficacia de diferentes formas:

Por la profesionalidad del orientador

“Por mi experiencia como orientador/orientadora puedo decirte que adaptar y enviar CV da buenos resultados, por lo menos en ocasiones”.

Con role playings y cambios de rol

“Vamos a suponer que tú eres el empresario/ empresaria, ¿de acuerdo? Estás en tu despacho y encima de tu gran mesa de madera tienes estas dos cartas de presentación, adaptadas a una empresa en concreto. Aquí a su lado está la tuya. ¿Cuál te da más la impresión de que la persona que la escribe es la más profesional para el puesto?”

Con ejemplos de casos exitosos

“Una ingeniera en geotecnia con experiencia, que ha participado en orientación conmigo, realizó candidatura a varias empresas y ha sido seleccionada por una de ellas. El seleccionador le comentó que le gustó que en la carta de presentación se notara que conocía bien la empresa. Pero en realidad no la conocía. Se informó por internet de esa empresa y adaptó la carta utilizando esos datos. ¿Qué te parece? Aunque tienes que tener en cuenta que es una persona con experiencia y en una profesión con ciertas posibilidades de empleo. La forma de hacer el CV y la carta pueden influir algo, pero lo más importante es la profesionalidad que aportas”.

Con ejemplos de casos no exitosos

“Uno de mis usuarios es un maestro de educación infantil de 42 años que ha enviado su curriculum junto a una carta de presentación personalizados a unos 90 colegios. ¿Sabes cuántas respuestas ha recibido? Ninguna. Esto quiere decir que por mucho que prepare CV y carta, si el empleo en colegios se encuentra por contactos...¡pues ya te imaginas!”

A través de las propias experiencias del usuario o usuaria

Para transmitir una regla como, por ejemplo, “gestiona tus contactos y encontrarás empleo más fácilmente”, el orientador u orientadora puede indagar en los logros obtenidos por el usuario o usuaria cuando ha seguido este principio, de forma consciente o no:

“Cuéntame, veo que has trabajado en dos empresas ya. ¡Te estás convirtiendo en un profesional! Por cierto, cómo llegaste a estas empresas (...) Ah, por una familiar y por una amiga que te informó...O sea, por contactos. Eso es que caes bien, ¿no? Esto de los contactos parece que funciona bastante bien, que es una buena forma de buscar empleo. ¿Tú que crees?”

Utilizar contenidos metafóricos para transmitir reglas

Muchos usuarios y usuarias no siguen las reglas o consejos si el orientador u orientadora los propone directamente.

Los motivos por los que los usuarios y usuarias no siguen o no aceptan consejos pueden ser estos:

- » No comprenden los consejos o los siguen de forma errónea o inadecuada.
- » Interpretan las instrucciones directas como críticas a sus propios principios o reglas, o a la forma en que han venido haciéndolo hasta ahora, y por lo tanto rechazan o son reacios y reacias a seguir esas instrucciones.
- » La forma en que está descrito el consejo no les anima a seguirlo.

Los contenidos verbales metafóricos permiten transmitir consejos a los usuarios y usuarias de forma que sean ellos y ellas mismas los que descubran o decidan qué deben hacer.

Por otra parte los cuentos, las frases metafóricas, etc. son más fáciles de entender porque conectan con la forma de pensar del usuario o usuaria, y con el pensamiento y la cultura popular donde los refranes también tienen su lugar.

Con las metáforas, los orientadores y orientadoras pueden superar en parte las resistencias del usuario o usuaria a escuchar y seguir instrucciones, así como las diferencias culturales y de expresión.

Las metáforas son herramientas que ayudan a transmitir principios positivos de actuación pero también aportan perspectivas diferentes sobre las situaciones y problemas, formas de autoobservarse y conocer el propio comportamiento, etc., de manera amena, fácil de entender e incluso divertida. También pueden ser utilizadas en otros aspectos del proceso de orientación como son la relación de orientación o los momentos de evaluación.

Elaboración de contenidos de carácter metafórico

Buscar y registrar contenidos.

Un orientador u orientadora encuentra este tipo de contenidos en...¡cualquier sitio y cualquier fuente en su vida cotidiana! De la prensa, donde halla un artículo sobre “las emociones de los parados y paradas”; de una película, de la que recuerda la última frase del o de la protagonista; de un programa de televisión, del que rescata un gag de un o de una humorista; de un familiar, un amigo o una amiga que le cuenta una historia verídica; de un o una conferenciante que muestra una transparencia muy elocuente, de muchos usuarios o usuarias que cuentan sus anécdotas...

Por otro lado, también puede consultar fuentes especializadas en contenidos verbales: libros y sitios web de chistes y de humor, de frases célebres, etc.; recabar esta información de otros profesionales, orientadores y orientadoras, etc. En fin, se trata de que el orientador u orientadora se acostumbre, adquiera el hábito, de buscar sus herramientas más valiosas: “palabras útiles”.

El registro eficiente de esta información implica la generación de hábitos de registro. Para ello el orientador u orientadora puede contar con una agenda o cuaderno convencional y con servicios o aplicaciones online que le permitan capturar o anotar información en formato texto, imagen, etc. y compartirla en diferentes dispositivos.

Clasificar los contenidos obtenidos.

La información obtenida debe ser categorizada para facilitar su acceso. Las categorías de clasificación deben estar relacionadas con los objetivos, pasos y actividades de la orientación aplicada.

Las categorías de clasificación de contenidos pueden incluir las temáticas del servicio de orientación y otras categorías adicionales.

Elaborar y adaptar los contenidos verbales.

La clave está en reelaborar las historias si es necesario, para adaptarlas y hacerlas útiles para la mayoría de los casos. El orientador u orientadora, al leer, por ejemplo, una frase, puede encontrar una forma de utilizarla para un determinado caso que tiene entre manos, o una forma de generar un cuento a partir de la misma. Por otra parte, el orientador u orientadora también puede elaborar **sus propios contenidos** a partir de los registros de sus casos, y puede ser creativo y creativa a la hora de diseñar o inventar historias y metáforas.

Usar los contenidos verbales.

Para poder usar los contenidos verbales el orientador u orientadora habrá debido buscarlos, registrarlos, clasificarlos, adaptarlos y... usarlos. Para ello siempre debe tenerlos cerca y leerlos o revisarlos de vez en cuando, pensando en qué situación, caso o momento pueden ser aplicados.

Las metáforas, historias y frases deben ser estimulantes y breves, aportar perspectivas nuevas y moralejas concretas, servir de debate, a veces, a veces de conclusión.

Pero saber usarlos también implica no usarlos demasiado. Las metáforas pueden convertirse en eje de las sesiones y de la interpretación de los resultados, una forma de evaluar e intervenir más amable y cercana para el usuario o usuaria. No importa si las historias o frases son conocidas o no. No se trata necesariamente de sorprender al usuario o usuaria sino de hacerle llegar a donde nunca ha estado o no suele estar.

Tres ejemplos de herramientas metafóricas

UN BOXEADOR PESO PESADO se abría camino entre la multitud de espectadores después de haber perdido un combate.

Un hombre bajito se le acercó y gritó:

¡Eres un farsante! Si yo fuera tan grande como tú, sería el campeón de todos los pesos pesados.

El boxeador se volvió hacia el hombre bajito y le preguntó:

¿Entonces cómo es que no eres el campeón de los pesos pluma?¹⁶.

¹⁶ Ellis, K. (1996/2001): La lámpara mágica. Madrid: Urano (p.224)

UN HOMBRE O MUJER DE ÉXITO es aquel o aquella que se levanta por la mañana, se va a la cama por la noche y hace lo que quiere entre una cosa y otra. Bob Dylan.

LA LEÑADORA TENAZ¹⁷.

Había una vez una leñadora que se presentó a trabajar en una maderera. El sueldo era bueno y las condiciones de trabajo mejores aún, así que la leñadora se propuso hacer un buen papel. El primer día se presentó al capataz, que le dio un hacha y le asignó una zona del bosque. La leñadora, entusiasmada, salió al bosque a talar. En un solo día cortó dieciocho árboles.

“Te felicito”, le dijo el capataz. “Sigue así”.

Animada por estas palabras, la leñadora se decidió a mejorar su propio trabajo al día siguiente. Así que esa noche se acostó bien temprano. A la mañana siguiente, se levantó antes que nadie y se fue al bosque. A pesar de todo su empeño, no consiguió cortar más de quince árboles.

“Debo estar cansada”, pensó. Y decidió acostarse con la puesta de sol.

Al amanecer, se levantó decidida a batir su marca de dieciocho árboles. Sin embargo, ese día no llegó ni a la mitad. Al día siguiente fueron siete, luego cinco, y el último día estuvo toda la tarde tratando de talar su segundo árbol. Inquieta por lo que diría el capataz, la leñadora fue a contarle lo que le estaba pasando, y a jurarle y perjurarle que se estaba esforzando hasta los límites del desfallecimiento. El capataz le preguntó:

“¿Cuándo afilaste tu hacha por última vez?”.

“Afilas, no he tenido tiempo para afilar. He estado demasiado ocupada talando árboles.”

17 Adaptado de Bucay, J. (1999/2003): Déjame que te cuente. Barcelona: RBA



6.3. TÉCNICA (III). RACIONALIZACIÓN y animación en orientación

Objetivos de la racionalización

Algunos usuarios y usuarias no llegan a seguir, o no lo hacen adecuadamente, las reglas o consejos que el orientador u orientadora les propone o sugiere, debido a diferentes razones:

- » Creen que ya han seguido esos consejos y no han dado resultado;
- » No comprenden los consejos, o no saben exactamente qué tienen que hacer para seguirlos;
- » Aunque reconozcan la posible utilidad del consejo para otras personas, creen que a ellos o ellas no les va a servir igual, o no confían en que les dé resultado.

Las acciones de racionalización y animación tienen como objetivos:

- » Ayudar a modificar las ideas, reglas o formas de pensar irracionales del usuario o usuaria que le impiden comportarse de manera más eficaz en la búsqueda de empleo y/o en su desarrollo profesional. Se trata de argumentar y mostrar al usuario o usuaria la irracionalidad de algunas de las reglas que sigue, o de las ideas o juicios que están en la base de esas reglas, y argumentar a favor de otras reglas supuestamente más adecuadas para los objetivos que se plantea
- » Animarle verbalmente para que actúe y siga las reglas de comportamiento que pueden ser más adecuadas para su caso
- » Centrar verbalmente al usuario o usuaria en las soluciones y en las alternativas, no en los problemas y los obstáculos

Algunas técnicas de racionalización y cambio verbal

- » Buscar “excepciones” positivas y atribuir logros al usuario o usuaria.
- » Reformular positivamente.
- » Normalizar los problemas.
- » Utilizar frases presuposicionales.
- » No debatir sobre los problemas.
- » Técnicas “paradójicas”
- » Técnicas de cambio de creencias

Buscar “excepciones” positivas y atribuir logros al usuario o usuaria

El orientador u orientadora debe ayudar al usuario o usuaria a buscar excepciones, sus comportamientos adecuados, para reforzarlos y aumentar su valor convirtiéndolos en diferencias significativas.

El orientador u orientadora puede pedir al usuario o usuaria que hable de sus comportamientos y habilidades para atribuirle la responsabilidad de logro:

“Así que has anotado las empresas con las que has contactado. Esto es algo que no hace todo el mundo, y tú lo estás haciendo.”

Las habilidades del orientador u orientadora para la atribución de logros giran alrededor de preguntas como éstas dirigidas al usuario o usuaria:

“¿Cómo conseguiste que sucediera?”

Reformular positivamente

Se trata de “convertir los fracasos en éxitos”, de describir o reinterpretar determinadas conductas o formas de pensar del usuario o usuaria que le generan ansiedad, inactividad o emociones negativas, y/o que son interpretados por él o ella como fracasos o errores.

Por ejemplo, si el usuario o usuaria dice: ***“Lo único que soy es un parado/parada”***, el orientador u orientadora puede argumentar: ***“Efectivamente, hasta el momento no has accedido a un empleo”***.

En otro ejemplo, si el usuario o usuaria dice: ***“Ya llevo 4 meses buscando empleo, he enviado 30 currículos pero no he recibido respuesta, vaya fracaso”***, el orientador u orientadora podría decir: ***“Bueno, más que un fracaso yo diría que es un avance. Has aprendido que en ese tipo de empresas o no tienen ofertas actualmente, o no buscan a los candidatos por ese método, o no te ajustas al perfil de lo que piden. Se trata de seguir indagando”***.

El orientador u orientadora podría además apoyar su reinterpretación positiva con un contenido metafórico o una historia.

“Normalizar” los problemas

Normalizar el problema es una forma de reformularlo positivamente, o de hacerlo percibir como parte de la vida. Las situaciones personales de desempleo ya están relativamente normalizadas en una sociedad con alta tasa de desempleo pero el orientador u orientadora puede hacer algo más.

Cuando las personas cuentan sus problemas, el orientador u orientadora puede darles apariencia de normalidad: ***“Bienvenido al club, eso me resulta familiar, ¿y?...”***

También puede contar anécdotas de experiencias propias y de otras personas, o no considerarlo estrictamente un problema: “¿Cómo sabes si es un verdadero problema o es algo por lo que tenemos que pasar...(u otra explicación normalizada)?”

Una forma de quitarle gravedad a los problemas es pedir al usuario o usuaria que **explique “cómo hacer un problema”**, por ejemplo en el caso del desempleo.

El orientador u orientadora puede pedir al usuario o usuaria que describa qué pasos daría él o ella para estar desempleado o desempleada durante mucho tiempo. De esta forma, entendería que los problemas pueden hacerse y deshacerse. De esta forma vería el problema y sus causas con cierta normalidad y con cierta sensación de control.

Utilizar frases presuposicionales

Se trata de describir el futuro de forma que motive hacia la acción mediante la generación de emociones positivas, evitando descripciones más negativas y la inactividad que estas conllevan.

Por ejemplo, una descripción negativa del futuro por parte del orientador u orientadora (y del usuario o usuaria) podría ser:

“En el caso de que encuentres empleo, deberás...”.

Esta descripción no presupone el éxito o indica una baja probabilidad de alcanzar el objetivo.

Una presuposición positiva muestra una probabilidad más alta, incluso una certeza:

“Cuando encuentres empleo...”.

No debatir sobre los problemas

La mayoría de los usuarios o usuarias han especulado y especulan sobre las razones de sus problemas, quieren saber “por qué”. El orientador u orientadora puede decir:

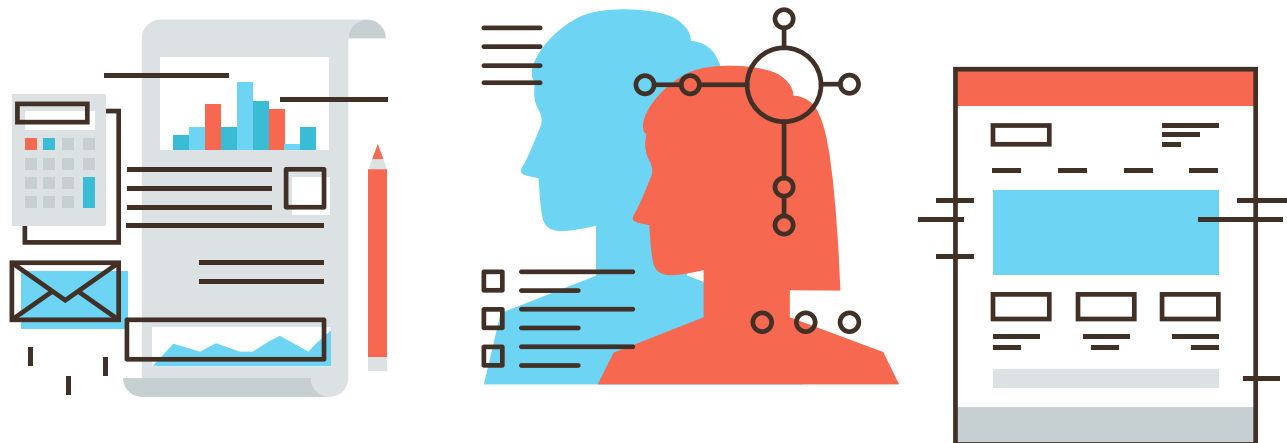
“¿Sería suficiente si el problema desapareciera aunque no entendieras por qué apareció?”

Las personas suelen estar de acuerdo, sólo que pensaron que tenían que entender el problema para resolverlo. Debatir sobre los problemas y sus causas no es necesario y además puede afectar negativamente a la relación de orientación.

No obstante, el orientador u orientadora también debe escuchar y tener paciencia, puesto que algunas personas necesitan estar más tiempo que otras explicando su situación antes de cambiar de tema¹⁸

Técnicas “paradójicas”

18 Hudson, W.; Weiner- Davis, M. (1990): En busca de soluciones. Un nuevo enfoque en psicoterapia. Barcelona: Paidós



Ante usuarios y usuarias que se comportan de forma extremadamente negativa y rechazan o critican cualquier propuesta, el orientador u orientadora no puede mostrarse “rígidamente positivo o positiva”.

Una forma de afrontar esta situación es centrarse en el problema, adoptar una actitud pesimista y ver qué ocurre, siempre que el profesional tenga margen y posibilidad de utilizar esta “técnicas paradójica”.

“Bueno, veo que efectivamente no buscas empleo porque crees que no hay, y que la orientación no te sirve. Si lo que tú dices es cierto, entonces yo creo que debes aceptar que nunca encontrarás empleo o que tu vida profesional no va a mejorar. Por lo tanto no tiene mucho sentido que sigamos la orientación”.

“Para la próxima sesión podrías buscar pruebas que te indiquen que seguir buscando empleo y que venir a orientación son aspectos útiles para tu vida”.

Racionalización y cambio de creencias

El orientador u orientadora debe tratar mediante la **persuasión** de identificar creencias irracionales y formas de pensar inadecuadas que no llevan al usuario o usuaria a definir objetivos razonables, o que no le permiten perseguir y conseguir los objetivos que se propone. Sigue la ética estoica según la cual son las opiniones de las cosas y no las cosas mismas aquello que nos perturba¹⁹.

Las habilidades de intervención sobre las ideas irracionales pueden implementarse siguiendo estos pasos²⁰:

- » Averiguación de las ideas irracionales
- » Debate contra ellas. Discutir el sistema de creencias falsas a través de un sistema de preguntas retóricas.
- » Distinguir entre lo que deseas y lo que necesitas realmente, entre lo que pretendes

19 Pérez Álvarez, M. (1996): Tratamientos Psicológicos. Madrid: Universitas

20 Ellis, A. y Grieger, R. (2000): Manual de Terapia Racional Emotiva. Bilbao: DBB

y lo que puedes ser, entre lo racional y lo irracional, en definitiva

- » Definir la realidad de una forma ajustada y proporcional evitando la supergeneralización y la sobrecarga semántica
- » Afianzar las nuevas ideas “realistas” mediante técnicas de facilitación del cambio como reforzamiento, modelamiento, ensayos de conducta o simulaciones, experiencias reales, tareas para casa, etc.

Los usuarios y usuarias tienen una amplia gama de verbalizaciones o creencias supuestamente irracionales, o que impiden o influyen negativamente en su desarrollo profesional²¹.

Creencias “erróneas” en la búsqueda de empleo

Las creencias irracionales en la búsqueda de empleo son ideas o explicaciones que las personas utilizan con frecuencia para no plantearse metas, dejar de perseguir sus objetivos, evitar esforzarse o mejorar, o justificar su inactividad.

Pensemos en una persona que declara que “no encuentra empleo porque no tiene suerte y que, sin suerte, no importa cuánto tiempo busque o cuánto se esfuerce”.

El orientador u orientadora no sabe si esta “**creencia de la suerte**” es la causa de su inactividad o simplemente es una seudo explicación que le permite justificar su inactividad, y excusarse con su entorno social y familiar, sea o no consciente de ello.

Las creencias supuestamente irracionales no son causas de los problemas sino sus consecuencias

Desde nuestro punto de vista, las creencias supuestamente irracionales influyen poco en el comportamiento, es decir, no causan que las personas no mejoren sus vidas profesionales.

Al contrario, las creencias y pensamientos negativos más bien son consecuencias de los fracasos y la no consecución de logros profesionales y no profesionales, y forman parte de las posteriores explicaciones que intentan darse y dar a los demás sobre esos fracasos.

Por todo ello, la intervención que proponemos en orientación NO es cuestionar las creencias de los usuarios y usuarias, sino ayudarles a ser conscientes de que usan esas creencias para justificar su inacción, su falta de esfuerzo o de planificación, y para debatir con otras personas y consigo mismas sobre las supuestas causas de sus problemas, en lugar de dedicar ese tiempo y esfuerzo a definir sus metas y perseguirlas haciendo planes.

Desde nuestro puesto de vista, podría ser una creencia irracional del orientador u orientadora pensar que los problemas de las personas se solucionan debatiendo sobre sus creencias irracionales ;)

²¹ Adaptado de Alcántara, A. (2001): Tu empleo en 40 pasos. Guía del Orientador. Palma de Mallorca: Fondo Social Europeo (objetivo 3), Conselleria de Treball i Formació. Govern de Les Illes Balears y Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares (CAEB).

La mejor intervención contra las creencias irracionales, los pensamientos negativos y las quejas excesivas es ayudar a los usuarios y usuarias a cambiar cómo se comportan cotidianamente y cómo planifican su vida.

De hecho más que debatir y cambiar creencias o pensamientos, la función principal del orientador u orientadora en estos casos es conseguir que el usuario o usuaria dedique menos tiempo a este tipo de reflexiones baldías (aunque muy entretenedas), para emplearlo en desarrollar sus planes.

Una orientación efectiva debe proponer este principio básico a sus usuarios y usuarias:

“No intentes pensar mejor para vivir bien, organiza mejor tu vida y verás como empiezas a pensar bien”.

Por último, habría que diferenciar creencias erróneas o irracionales, que se utilizan para “evitar el esfuerzo” del cambio, de aquellas otras creencias o ideas que simplemente están basadas en datos erróneos y que hacen inefectiva la aplicación de determinadas técnicas.

Creencias irracionales frecuentes (ver ANEXO “CREENCIAS ERRÓNEAS”)

- » Creencia del castigo divino: “Trabajar no le gusta a nadie, sólo se trabaja por dinero”.
- » Creencia del autoconocimiento: “Sé con seguridad por qué mi vida profesional no avanza”.
- » Creencia del motivo único: “Mi vida va mal por una cosa que hice mal o que no hice bien”.
- » Creencia de la suerte: “Sin suerte, no importa cuánto me esfuerce”.
- » Creencia fatalista: “Lo que me pasa a mí no le pasa a nadie”
- » Creencia envidiosa: “Las oportunidades que consiguen las demás personas son inmerecidas”.
- » Creencia del enchufe: “Las oportunidades que se consiguen por contactos son inmerecidas”.
- » Creencia de la discriminación: “No accedo a mejores oportunidades por mi discapacidad, por mi inexperiencia, por mi edad...”
- » Creencia del riesgo: “Me arriesgaría si fuese seguro”.
- » Creencia de la inercia: “Es más seguro no salirme de mi zona profesional”.
- » Creencia antiespecialización: “Si elijo pierdo oportunidades”.
- » Creencia de la baja demanda: “Si no encuentro es porque no hay”.
- » Creencia de la inmediatez: “En cuanto me ponga lo consigo”.
- » Creencia de los consejos generales: “Lo que vale para todos y todas, vale para mí”.
- » Creencia de la insistencia: “Cuanto más currículos envíe más posibilidades tengo”.
- » Creencia de la titulitis: “Hacer cursos siempre ayuda”
- » Creencia de la orientación inútil: “No me servirá contar con asesoramiento”.

6.4. TÉCNICA (IV). COMPROMISO y gestión de expectativas

Establecimiento de un acuerdo- compromiso

Un compromiso de hacer algo es una conducta verbal que se corresponde con otra conducta que se realizará posteriormente, si se mantiene el compromiso²².

El orientador u orientadora debe animar al usuario o usuaria para que establezca un compromiso con él o ella y con la orientación pero, especialmente, consigo mismo o consigo misma.

Acciones para motivar el compromiso en orientación

1. Proponer empezar de nuevo.

En muchos casos los usuarios y las usuarias se mostrarán reacios a volver a hacer lo que ya han intentado sin éxito, según ellos o ellas.

Debatir o racionalizar con el usuario o usuaria que el motivo de algunos de sus anteriores “fracasos” fue seguir ciertas ideas o formas de pensar poco adecuadas, y darle consejos de acción sin que él o ella los haya solicitado o esté motivado o motivada para recibirlos, puede ser interpretado por él o ella como críticas que afecten negativamente a la relación de orientación.

Una buena forma de eludir estas espinosas técnicas (racionalizar, debatir, animar...) para impulsar la iniciativa del usuario o usuaria es resaltar los logros anteriores y “proponer un nuevo comienzo”.

“En estos 6 meses has realizado un gran esfuerzo haciendo este curso, buscando empleo a través de internet (...) En tus maletas ya llevas muchas herramientas y experiencias que vas a poder utilizar. Ahora piensa que empiezas otro viaje, un nuevo camino, más oportunidades para probar nuevas formas de hacer las cosas, a ver qué pasa. Te propongo que le dediquemos una sesión a este nuevo comienzo. ¿Qué te parece?”

2. Asumir un compromiso provisional.

El orientador u orientadora debe resaltar que el compromiso adquirido por el usuario o usuaria es provisional, referido a acciones concretas, a intentos concretos. No es un acuerdo sin condiciones con el orientador u orientadora para el cambio en general, sino un contrato con una sola cláusula que será renovado y ampliado en su caso, tras cada sesión.

La cláusula podría decir:

“Durante este periodo de tiempo (especificarlo) voy a avanzar hacia el objetivo que me he propuesto (especificarlo), realizando actividades concretas y comprobando si me ayudan o me acercan hacia mi objetivo”.

²² Martin, G. y Pear, J. (1998). Modificación de conducta. Qué es y cómo aplicarla. Madrid: Prentice Hall (p. 353)



Ajuste de expectativas

El establecimiento de objetivos y la probabilidad percibida de su consecución (expectativas) deben ser racionalizados y ajustados a la realidad o a los resultados posibles.

Actividades de ajuste de expectativas

Prever obstáculos y “fracasos“

Al mismo tiempo que se planifican los objetivos, se debe tener en cuenta el abanico de resultados y escenarios posibles en función de diversos obstáculos, así como las estrategias que pueden adoptarse en cada caso.

El orientador u orientadora puede ayudar al usuario o usuaria a generar estas habilidades de planificación verbal utilizando preguntas:

¿Hay alguna cosa que pudiera ocurrir que pudiera ser un obstáculo para...?”

¿De qué forma lo abordarás esta vez si aparece? ¿Alguna otra cosa que pudiera aparecer de repente y dar problemas?”

El orientador u orientadora puede ajustar expectativas como en este ejemplo:

“Me has dicho que te parece buena idea empezar a hacer candidatura espontánea como pinche de cocina en los grandes hoteles de la ciudad, que te hace ilusión. Como son pocos puedes terminar relativamente pronto, y es una experiencia de búsqueda que te va a dar información y tablas para seguir buscando.

¿Cuáles crees que son tus posibilidades de entrar a trabajar en un hotel de 4 estrellas? Estos hoteles ya te imaginarás que quieren pinches con experiencia... Nunca podemos saber las posibilidades reales que tenemos, pero es mejor tomarlo como una práctica. Esperar lo menos bueno y planificar para lo peor”.

Prever recaídas

La mayoría de los usuarios y usuarias han mejorado o han tenido algunos “éxitos” en algunas ocasiones, tras los que sobrevinieron algunos fracasos que tal vez incluso les hicieron retroceder. Algunos usuarios y usuarias dicen *“me ha pasado otras veces”*.

El orientador u orientadora debe ayudar al usuario y usuaria a racionalizar estas recaídas, y a esperarlas y aceptarlas como parte del proceso:

“En las últimas actividades que has realizado ha ido todo muy bien, ¡enhorabuena! Eres una profesional. También debes ser una profesional para aceptar que otras actividades no te irán bien, que tendrás días bajos. Eso no significará que las cosas van para atrás. Sólo que esto forma parte del juego también. Sin fracasos no hay éxitos”.

6.5. TÉCNICA (V). FACILITACIÓN directa del cambio en orientación

Facilitación del cambio: obtener éxitos

Cuando seguir consejos no es eficaz: aconsejando, debatiendo y animando a Silvia

Silvia, una mujer de 40 años con estudios básicos, con poca experiencia laboral y disponibilidad a tiempo parcial, quiere volver a trabajar después de muchos años fuera del mercado laboral. El orientador u orientadora puede poner en juego diversas **habilidades de intervención**.

Puede **informar** a Silvia acerca de posibles empleos a los que podría optar y empresas relacionadas con esos empleos. Tal vez esta información rompa con algunas de sus ideas erróneas:

“No sabía que yo podría trabajar como camarera de pisos sin tener experiencia. ¿Seguro que no hace falta un cursillo?”

Podría también recomendarle o **aconsejarle** presentar su candidatura como camarera de pisos en empresas de trabajo temporal. Pero Silvia se ha mostrado reacia:

“Ya me apunté hace unos años a una empresa de trabajo temporal (ETT) de esas y no me han llamado. Además, cuando fui me pidieron el curriculum y yo no tengo nada que poner”.

El orientador u orientadora podría, tal vez, **debatir o razonar** con ella:

“La experiencia laboral no es tan importante para esta ocupación, que ya verá como puede hacer un buen CV y que, en todo caso, nada pierde intentándolo. Esto no quita que sigas mirando e intentando también otras opciones”.

El orientador u orientadora puede también intentar **animarla**, por ejemplo, resaltando algunos de sus logros personales y profesionales, mostrarle casos de otras personas en situación similar a los que no les ha ido mal, etc.

Silvia puede seguir el consejo o puede no seguirlo. Y si sigue el consejo, puede que tenga éxito o no lo tenga.

En este caso, para Silvia (y para el orientador o la orientadora) tener éxito o que se cumplan objetivos paso a paso significaría: visitar la ETT, ser bien recibida en la ETT, poder presentar un curriculum digno, etc.

Otros éxitos posteriores podrían ser que le llamaran para pedirle nuevos datos, para invitarla a una entrevista de selección, para informarle de un curso interno y, por último, que accediera a un empleo gracias a la candidatura realizada.

Pero, ¿qué ocurre si Silvia sigue el consejo del orientador u orientadora y no tiene “éxitos”?

La facilitación del cambio: no sólo actuar, también tener “éxitos”

Los consejos, la animación verbal y el lenguaje positivo, la racionalización, etc. pueden influir en que el usuario o usuaria actúe siguiendo las reglas y otras ideas “más racionales”. Pero el seguimiento de los consejos no garantiza el “éxito” en la consecución de los objetivos marcados o en el avance de los pasos previstos hacia los objetivos.

Las habilidades y actividades del orientador u orientadora que invitan al usuario o usuaria a actuar, también deben apoyarse en muchos casos, y siempre que sea posible y los recursos lo permitan, en habilidades y actividades de **facilitación del cambio** que ayuden al usuario o usuaria a cumplir gradualmente con sus objetivos.

Si las habilidades de manejo de reglas pretenden promover la actuación del usuario o usuaria, las habilidades de facilitación del cambio buscan hacer más probable que esa actuación sea exitosa, que proporcione logros al usuario o usuaria, y que le permitan alcanzar gradual y secuencialmente sus objetivos, en este caso, profesionales.

Si el usuario o usuaria no consigue los éxitos suficientes la relación de orientación y su motivación se verán afectadas, lo que en algunos casos puede suponer el abandono del usuario o de la usuaria, o su rechazo de la orientación.

Para el servicio de orientación es relativamente fácil y poco costoso instruir a los usuarios y usuarias, ofrecerles reglas de actuación y que se produzca un seguimiento inicial de estas instrucciones y reglas. Lo que es complicado es que el cumplimiento de esas reglas permita al usuario o usuaria alcanzar las metas que se propone. La facilitación del cambio debe hacer probable la consecución de logros y también la generación de habilidades de gestión del cambio por parte del usuario o usuaria.

Las actividades de facilitación del cambio del orientador u orientadora pueden variar en el grado de intervención, desde acciones de “inserción directa” como la puesta en contacto

del usuario o usuaria con fuentes directas o casi directas de empleo, hasta acciones menos intervencionistas como elaborar conjuntamente protocolos de candidatura a empresas o a contactos, la organización de la agenda, la realización de prácticas o ensayos, etc.

Actividades de “gestión de la motivación”

Una de las habilidades de facilitación del cambio más importantes es la de gestión de motivación en orientación. El orientador u orientadora debe implementar actividades que hagan más probable el cambio y el mantenimiento de ese cambio en el usuario o usuaria.

Seleccionar los motivadores más adecuados

Posiblemente esta es la habilidad más importante en lo que a gestión de la motivación se refiere. Muchos orientadores y orientadoras no son conscientes de los recursos motivacionales que pueden ser empleados.

El orientador u orientadora debe realizar un inventario de motivadores en orientación y ampliarlo continuamente, seleccionando los motivadores más adecuados para cada uno de sus casos y para cada uno de los momentos del caso.

Tipos de motivadores en orientación

→ Motivadores informativos

El servicio de orientación dispone de muchos recursos informativos que pueden ser de interés para el usuario o usuaria. Estos recursos serán más interesantes en la medida en que el servicio y el propio orientador u orientadora gestionen de forma sistemática la información.

Entre los recursos que el orientador u orientadora puede ofrecer se encuentran la información sobre ofertas formativas y ofertas de empleo; información de obtención de recursos económicos como prestaciones laborales y sociales, becas, ayudas al autoempleo, etc., información sobre el mercado de trabajo y las empresas, sobre otros centros de asesoramiento, orientación y formación; información sobre contactos e informantes clave, etc.

→ Motivadores relacionales y ocupacionales

La participación del usuario o usuaria en orientación puede reportarle conocer a otras personas, sentirse integrado o integrada en un grupo cuando participa en una actividad grupal, sentirse útilmente ocupado u ocupada, etc.

→ Motivadores de la relación de orientación

La relación entre el orientador u orientadora y el usuario o usuaria, si es adecuada, ofrece un gran número de motivadores relacionados con la aceptación mutua, la empatía, un entorno de conversación agradable y no punitivo, etc.

En suma, estos motivadores aluden al hecho de que venir a orientación individual es de por sí reforzante para el usuario o usuaria.

→ **Motivadores relacionados con la profesionalidad del orientador y de la orientadora**

El valor motivador que tiene el orientador u orientadora para el usuario o usuaria depende de la habilidad verbal del técnico o técnica para poner en valor el servicio de orientación y su propio papel; de las características y recursos con que cuenta el centro; del rigor y credibilidad con el que implemente la orientación²³; de la relación de orientación; y de los resultados tangibles que el usuario o usuaria obtiene en el proceso.

El valor motivador del orientador u orientadora influye decisivamente en la eficacia de las actividades de modelado que éste o ésta realiza, y en la funcionalidad de los consejos que ofrece al usuario o usuaria.

→ **Motivadores “naturales” del propio itinerario de orientación**

La consecución gradual de los pasos motiva en sí misma al usuario o usuaria a seguir el plan, y confiere un mayor valor motivador al orientador u orientadora y a la orientación.

Para aumentar el efecto de este tipo de “motivación interna” se pueden diseñar herramientas y sistemas de registro sencillas que faciliten o amplíen el feedback ofrecido al usuario o usuaria e incrementen su efecto motivador.

Por ejemplo, un planning de pasos donde el usuario o usuaria puede tachar objetivos ya superados.

→ **Motivadores de animación verbal**

El orientador u orientadora puede utilizar herramientas verbales diversas para convencer, persuadir o animar al usuario o usuaria a que planifique y realice actividades relacionadas con su plan de orientación, y también para afectar positivamente a su estado de ánimo, expectativas y forma de interpretar situaciones y hechos.

→ **Motivadores de inserción**

Los usuarios y usuarias están especialmente interesados e interesadas en los motivadores que se encuentran al final de su proceso o plan de orientación. Estos motivadores pueden ser gestionados o facilitados por el orientador u orientadora en determinados casos y situaciones.

El orientador u orientadora estaría actuando como insertor o insertora laboral, o facilitador o facilitadora de experiencias, ofreciendo al usuario o usuaria diversas alternativas:

1. La posibilidad de obtener experiencia, contactos e información mediante la realización de unas prácticas o el acceso al desempeño de labores de voluntariado relacionadas con sus objetivos profesionales
2. La posibilidad de acceder a una actividad formativa con compromiso de contratación
3. La posibilidad de acceder a un empleo

²³ El valor de la orientación percibido por el usuario o usuaria depende de aspectos relacionados con el rigor: registrar el caso, evaluar al final de cada sesión, la gestión del tiempo, un esquema o método definido, etc.

4. La facilitación de algunos de los contactos o de información del propio orientador u orientadora

→ **Motivadores contingentes al comportamiento del usuario y de la usuaria**

Algunos motivadores pueden ser aplicados de forma inmediata con relación a la conducta positiva y a los esfuerzos del usuario o usuaria, por lo que pueden ejercer mucha influencia. Algunos de estos incentivos contingentes son:

- » Los halagos o reconocimientos del orientador u orientadora
- » El aumento de la duración de las sesiones
- » El suministro de información concreta
- » Pequeños regalos como agendas o libros por parte del servicio de orientación
- » Ayuda específica para la realización de determinadas actividades, que puede incluir el acompañamiento, etc.

Buscar y preparar los recursos relacionados con los motivadores

Gestionar la información

La coordinación y el trabajo en equipo, el uso de las nuevas tecnologías, la priorización de los contenidos más relevantes, la implementación de procedimientos rigurosos y continuos de búsqueda de información, y la existencia de un sistema profesional de gestión documental permitirán al servicio de orientación y a cada orientador y orientadora, disponer de información de valor y actualizada para los usuarios y usuarias, y facilitadora de la eficacia de los planes de orientación.

Las habilidades gestión de la información por parte del propio orientador u orientadora están relacionadas especialmente con el uso de las nuevas tecnologías y con la generación de hábitos de registro y de búsqueda de información. También es relevante la capacidad de creatividad e innovación del orientador u orientadora a la hora de seleccionar contenidos informativos y de indagar nuevas fuentes.

Gestionar la red de contactos

En un campo como el de la orientación, donde la información y los contactos son recursos primarios, y donde los canales de distribución de los recursos son en gran parte informales, gestionar la red de contactos es una habilidad básica del orientador y la orientadora.

Conocer y practicar los recursos y consejos ofrecidos al usuario y la usuaria

El orientador u orientadora informa y ofrece al usuario o usuaria recursos y alternativas, y le propone actividades concretas. Estos recursos y actividades deben ser conocidos y experimentados previamente por el o la profesional para determinar su verdadero valor motivador, y la facilidad que presenta la realización de esas actividades.

Para ello, el orientador u orientadora debe practicar las actividades sugeridas al usuario o usuaria, por ejemplo, candidatura espontánea a empresas por teléfono y en persona, respuesta a anuncios por internet, gestión de sus propios contactos personales, etc.

Conocer su comportamiento como orientador u orientadora

Muchos motivadores están relacionados con lo que hace el orientador u orientadora y con la relación que tiene con el usuario o usuaria. Las habilidades de autoconocimiento deben permitirle averiguar los recursos que emplea en las sesiones de orientación y la forma en que los emplea.

Preparar y adaptar nuevos recursos motivadores

El servicio de orientación debe elaborar y actualizar herramientas y recursos de forma continua, y adaptar y mejorar la forma de implementar esos recursos en el proceso de orientación.

Por ejemplo, el orientador u orientadora puede seguir buscando metáforas e historias animadoras, puede mejorar los sistemas de registro que puede utilizar el usuario o usuaria para conocer la evolución de su plan, mejorar sus propias habilidades de relación y expresividad con los usuarios y usuarias, etc.

Aplicar la motivación: incentivar y desincentivar en orientación

El orientador u orientadora ya dispone de los motivadores. Ahora debe utilizar la habilidad de incluirlos de forma aplicada, planificada y sistemática en su desempeño cotidiano, especialmente en las sesiones de orientación.

La implementación de la motivación en orientación, al igual que en la vida real, gira alrededor de **dos tipos de procedimientos motivacionales básicos: incentivar y desincentivar.**

El procedimiento incentivador tiende a aumentar la actividad del usuario o usuaria (y del orientador u orientadora), y a generar un buen estado de ánimo. Los procedimientos de desincentivación suelen tener el efecto contrario, reducir la actividad, y tienen una desventaja importante: pueden generar reacciones emocionales negativas.

Incentivar en orientación

Incentivar en orientación es ofrecer al usuario o usuaria de una forma directa o indirecta la posibilidad de acceder a los motivadores y recursos que más le interesan, y relacionar este acceso con su comportamiento en orientación y en el seguimiento de su plan.

Por ejemplo, se puede incentivar mediante la **gestión del timing de las sesiones.** El orientador u orientadora puede aumentar la duración de una sesión cuando el usuario o usuaria ha realizado los pasos acordados o las actividades previstas.

“Bueno, como te he comentado al principio de la sesión, solo teníamos media hora, pero como veo que has avanzado mucho la pasada semana, creo que merece la pena que estemos un rato más. ¿Qué te parece?”

Para gestionar el timing como un factor motivador más, la duración inicial de las sesiones debe estar establecida antes de su inicio, y la relación de orientación tiene que ser positiva, es decir, al usuario o usuaria le tiene que gustar participar en orientación. En caso contrario, la sesión en sí no sería un motivador.

Desincentivar en orientación

Desincentivar en orientación es retirar la posibilidad de acceder a los motivadores o disminuir la duración del acceso, la calidad o cantidad de esos motivadores. Siguiendo el ejemplo anterior de gestión del timing, si el usuario o usuaria no ha cumplido con los acuerdos de la anterior sesión, ha sido claramente impuntual o está siendo muy desagradable en la sesión, el orientador u orientadora puede acortar el tiempo de la misma.

“Bueno, veo que hoy no estamos avanzando como ayer. Como ya hablamos en la primera reunión, es importante seguir viendo alternativas profesionales. Sé que lo ves todo muy negro, y que tienes un carácter pesimista, me lo dijiste y te entiendo. Hacemos una cosa, me llamas tú para quedar cuando estés más preparado. ¿De acuerdo?”

En este caso, diferir la cita una semana (cuando la anterior fue ayer) y que tenga que tomar iniciativa el propio usuario o usuaria (por ejemplo, solicitando la cita), constituye un esfuerzo complementario, una forma implícita de que entienda y acepte que los comportamientos inadecuados no tienen cabida en el proceso.

La orientación debe ser un contexto donde el usuario o usuaria pueda empezar de nuevo, no donde reproduzca los mismos hábitos que viene a corregir o a mejorar.

El orientador u orientadora debe cuidar que los efectos de la desincentivación sean efectivos pero no generen demasiada emotividad. Los desincentivadores deben ser indirectos y nunca expresados con un estilo de reproche, sermón o amenaza.

“Bueno, hoy no estamos avanzando. Ya sabes que tengo muchos otros casos y no puedo perder tiempo. Así que quedamos para otro día”.

La utilidad de la facilitación del cambio

La gestión directa del cambio se basa en la intervención directa de la orientación para organizar el contexto, para realizar actividades preparatorias y para facilitar al usuario o usuaria la realización de acciones y pasos de su plan de orientación, dirigidos hacia la consecución de los objetivos previstos.

La intervención del orientador u orientadora modifica la probabilidad con la que el usuario o usuaria puede tener éxitos en las acciones que emprende, éxitos que posiblemente no se producirían sin esta intervención.

La gestión directa del cambio es muy útil en determinadas condiciones:

- » **Impulso.** En el inicio de la orientación, para que todos los usuarios y usuarias realicen adecuadamente las primeras actividades o pasos de su plan de orientación, y de esta forma obtengan una motivación o impulso inicial.
- » **Prevención.** En las situaciones en que el orientador u orientadora prevé que el usuario o usuaria va a tener dificultades en abordar o superar un determinado paso del plan.
- » **Superación.** Cuando el usuario o usuaria ya ha realizado o está realizando muchos esfuerzos por realizar una actividad o superar un objetivo intermedio y no ha tenido o no está teniendo éxito.
- » **Limitaciones.** En los casos en que los usuarios o usuarias tienen especiales dificultades, adolecen de habilidades importantes o cuentan con un amplio historial de soluciones intentadas y fracasadas.

Los orientadores y orientadoras, en determinados casos y situaciones, no han de limitarse a recomendar y utilizar exclusivamente, por ejemplo, las habilidades de intervención verbales, fáciles de aplicar pero también menos eficaces en determinadas condiciones.

En ocasiones, el orientador u orientadora debe planear e implementar acciones de gestión directa del cambio, aunque deba emplear más recursos y deba incluso mejorar previamente sus propias habilidades personales y profesionales.

→ Historia: Carpintería *El siete*

Joaquín intentaba enseñarle el oficio de carpintero a su pupilo. No se arrepentía de haberlo adoptado hace años, pero Manuel intentaba rehuir el trabajo todo lo que podía. Una y otra vez, Joaquín intentaba inculcar en aquella cabeza deteriorada por la vida disoluta las ventajas del buen trabajo y de la vida honesta. Pasaron meses y Manuel parecía estar completamente recuperado. Una noche, mientras Joaquín dormía, Manuel decidió revivir “las marchas” que se dio con sus amigos durante tanto tiempo. Pensó que el año y medio de abstinencia eran suficientes y creyó que una copa en el pueblo no le haría daño. Por si Joaquín se despertaba por la noche, cerró la puerta de su habitación desde dentro y salió por la ventana, dejando la vela encendida. Tras muchas copas, cantaba con sus compañeros de borrachera cuando vio el coche de bomberos pasar. Manuel no asoció este hecho hasta que de madrugada llegó a casa y vio a la muchedumbre. Solo alguna pared, las máquinas y algunas herramientas se salvaron del incendio en la carpintería. De Joaquín solo encontraron cuatro o cinco huesos chamuscados que enterraron en el cementerio bajo una lápida donde Manuel hizo grabar el siguiente epitafio: **Lo haré, Joaquín, lo haré.** Manuel recordó a Joaquín en cada uno de sus logros: la reconstrucción de la carpintería, su boda, su primer hijo... Lejos de allí, Joaquín, vivito y coleando, se preguntaba si era ético engañar y prenderle fuego a aquella casa tan bonita solo para salvar a un joven. Se contestó que sí, y rió solo de pensar en la policía del pueblo que había confundido huesos de cerdo con huesos humanos. Su nueva carpintería era un poco más modesta pero ya era conocida en ese pueblo. Se llamaba El ocho²⁴.

24 Adaptado de Bucay, J. (1999/2003): Cuentos para pensar. Barcelona: RBA



Técnicas de facilitación directa del cambio

Realización directa de algunos pasos del plan

El orientador u orientadora puede realizar algunos de los pasos o actividades previstas en el plan del usuario o usuaria, por ejemplo, elaborar su curriculum en su presencia, realizar búsquedas de información, etc.

Esta forma de gestión directa es tal vez la más frecuente entre los orientadores y orientadoras, sobre todo en los pasos iniciales del plan, como forma de “generar impulso” en el usuario o usuaria.

El intervencionismo excesivo del orientador u orientadora genera la pasividad del usuario o usuaria, así como unas expectativas inadecuadas, asumiendo por tanto que la orientación es un servicio de carácter asistencial y no de tutorización.

Si, por ejemplo, el usuario o usuaria tiene habilidades para reelaborar o adaptar su curriculum, el orientador u orientadora solo debe asesorarlo en estas actividades. La realización de algunos pasos por parte del orientador u orientadora deben ser explicados adecuadamente al usuario o usuaria como una excepción y como una forma de tomar impulso.

Proveer de contactos directos

El orientador u orientadora puede ofrecer al usuario o usuaria, como recurso para la realización de algunos de los pasos de su plan, la puesta en contacto directo con algunas personas con influencia o información privilegiada muy útiles para el desarrollo de ese plan.

Al igual que en el caso de la realización directa de algunos de los pasos, el orientador u orientadora debe explicar que esta facilitación de contactos es una actividad excepcional con un objetivo concreto: impulsar o iniciar el plan del usuario o usuaria, o relanzarlo si había quedado “atascado”.

“Preparar el terreno” para que se produzcan “éxitos”

Una forma de gestionar el cambio utilizada poco frecuentemente por el orientador u orientadora consiste en la preparación de éxitos de forma indirecta. Se trata de preparar las situaciones y los contextos en los que debe desenvolverse el usuario o usuaria para aplicar los pasos de su plan y que estos tengan más posibilidades de efectuarse adecuadamente.

El orientador u orientadora puede preparar la consecución de éxitos por ejemplo, llamando a algunos de sus contactos en empresas para informarles de que va a enviar a un usuario o usuaria, y para instruirles sobre la forma en que deben tratarlo. Una buena experiencia en la realización de las primeras candidaturas puede percibirse como un éxito por el usuario o usuaria. En este ejemplo, el orientador u orientadora no provee al usuario o usuaria de un contacto, sino que prepara a sus contactos para atender al usuario o usuaria sin que este o esta lo sepa.

En otro ejemplo, si el usuario o usuaria debe conectarse a internet por primera vez para buscar ofertas de empleo, el orientador u orientadora puede darle una lista de sitios web interesantes, pero situando en primer lugar una página que ha sabido que está informando actualmente de ofertas de empleo relacionadas con el objetivo profesional del usuario o usuaria.

Diseño de los pasos del itinerario según una “estrategia de error 0”

El orientador u orientadora puede ayudar exhaustivamente al usuario o usuaria a preparar la realización de las actividades de su plan de tal forma que cometa los mínimos errores posibles y que sea más probable el éxito.

Por ejemplo, si el usuario o usuaria tiene previsto hacer una llamada a un contacto con el que no habla desde hace un año, el orientador u orientadora puede proponerle preparar el protocolo de llamada para que ésta sea más eficaz, y practicar con el usuario o usuaria hasta que lo domine suficientemente para hacer la llamada de manera eficiente.

Es posible que su contacto no lo trate bien, no le ponga en contacto con otras personas o no le facilite información de ningún tipo, pero el usuario o usuaria habrá hecho todo lo posible.

Facilitar el acceso a un empleo

El orientador u orientadora puede utilizar sus informaciones, sus contactos y/o los del servicio de orientación para facilitar el acceso directo a un empleo, o hacer muy probable la inserción laboral del usuario o usuaria.

Por ejemplo, puede hablar con el responsable o la responsable de formación de una organización, para que incluya a este usuario o usuaria como participante en un curso con compromiso de posterior contratación laboral.

Esta intervención es adecuada en el caso de los usuarios y usuarias con especiales limitaciones, y siempre que la inserción laboral conseguida por el usuario o usuaria sea considerada por él o ella un paso más de su itinerario, y no como un objetivo final. La orientación y el plan deben continuar. Si no es así, cuando finalice la contratación el usuario o usuaria puede encontrarse en una situación similar. El orientador u orientadora no es un insertor laboral. La inserción en orientación es sólo un paso más.

Dedicar una especial atención

El orientador u orientadora puede dedicar más tiempo y esfuerzo a un caso determinado, manteniendo el contacto de forma permanente con el usuario o usuaria, buscando nuevos motivadores y recursos, aumentando el número de sesiones, graduando de forma más minuciosa y efectiva el plan del usuario o usuaria, etc.

6.6. TÉCNICA (VI). MODELADO o aprendizaje vicario

Como sabemos, en muchas ocasiones los consejos e instrucciones no son suficientes para generar cambio en los usuarios y usuarias. En estos caso también podemos utilizar la técnica de modelado o de aprendizaje social.

El modelado consiste en mostrar algún ejemplo en el que un o una “modelo” realice con éxito las tareas, pasos o actividades que debería realizar el usuario o usuaria para motivar su aprendizaje y su iniciativa como observador u observadora.

El aprendizaje social es una forma de adquisición de conductas nuevas por medio de la observación del comportamiento de modelos. En el contexto de la psicología conductual se denomina a esta técnica modelado o modelamiento. Fue el psicólogo Albert Bandura el que propuso el término aprendizaje vicario en su Teoría del aprendizaje social en 1977.

Veamos algunos consejos para aplicar de forma efectiva la técnica de modelado.

Implementar diversas formas de realizar actividades de modelado

- » Mostrar la eficacia del seguimiento o aplicación de ciertas formas de hacer las cosas mediante la actuación como modelo del propio orientador u orientadora.
- » Mostrar la eficacia del seguimiento o aplicación de ciertas reglas mediante la actuación como modelos de otros usuarios y usuarias compañeros en talleres o actividades grupales en los que el usuario o usuaria participe.
- » Poner como ejemplos otros casos de orientación en que las personas se comportaron de forma exitosa. Este es el procedimiento más débil, y más que una actividad de modelado constituye una técnica de intervención por animación verbal, puesto que el usuario o usuaria no ve los comportamientos ni los efectos, sólo escucha la narración del orientador u orientadora sobre ambos.

Desarrollar el modelado apoyado en actividades reales cuando sea posible

Se trata de mostrar la forma de actuar y sus efectos, de forma que si los efectos son reales, la influencia del modelado será mayor.

El orientador u orientadora, por ejemplo, puede hacer por teléfono una candidatura espontánea a una empresa utilizando protocolos de contacto (un paso previo que hay que realizar) para que el usuario o usuaria compruebe la eficacia de la regla ***“si sigues un protocolo para hacer la candidatura, tendrás más posibilidades de obtener información sobre la empresa y sobre sus ofertas de empleo”***.

El orientador u orientadora debe apoyar sus recomendaciones y consejos, en la medida de lo posible, con actividades reales, “predicando con el ejemplo”. Puede recomendar al usuario o usuaria, por ejemplo, consultar sitios web y después consultarlos él o ella misma en presencia del usuario o usuaria; puede aconsejar darle un mejor formato al curriculum y hacer parte de esta adaptación para que el usuario o usuaria vea el procedimiento y los resultados.

Realizar actividades grupales de aprendizaje por modelos

El mejor modelo para un usuario o usuaria que busca empleo no es el propio orientador u orientadora sino otros usuarios y usuarias que también lo buscan. Por otra parte, la utilización de modelos diferentes también promueve el aprendizaje y la aplicación de las habilidades asimiladas en la vida real.

Para facilitar este tipo de interacciones entre usuarios y usuarias pueden diseñarse diversas actividades como las siguientes:

- » Clubs de empleo donde los usuarios y usuarias buscan empleo de forma coordinada utilizando los recursos del club, lo que les permite observarse y aprender unos y unas de otros y otras con la tutorización del orientador u orientadora.

- » Talleres y actividades grupales de orientación o formación. Determinadas experiencias de orientación en grupo son importantes, en parte porque permiten el aprendizaje por modelos entre los y las participantes.

Preparar adecuadamente las actividades de modelado

Realizar protocolos y casos de práctica por escrito

Especialmente en aquellas actividades o pasos del proceso en los que están implicadas habilidades verbales, es interesante preparar las acciones a realizar por los y las modelos, y apoyarlas en protocolos escritos: de contacto con empresas, de gestión de contactos, etc. Este apoyo es importante sobre todo en las actividades grupales.

Seleccionar y adaptar el modelo

Para elegir a los y las mejores modelos y las mejores actuaciones, entre otras las del orientador u orientadora, debe tenerse en cuenta que es más probable que el usuario o usuaria imite a los y las modelos cuanto más se parezcan a ellos, o cuando se les dice que más se parecen (ayuda verbal para fomentar la imitación) en determinados atributos (son similares pero no idénticos).

Por ejemplo, si el orientador u orientadora es muy habilidoso o habilidosa en la realización de candidatura espontánea, cuando realice actividades de modelado deberá mostrar menos de estas habilidades para asemejarse al usuario o usuaria si este es el aspecto a modelar.

Por otro lado, en las actividades grupales no siempre deben escogerse a los y las modelos más cualificadas sino también a los más y las más “imitables”.

Los aspectos o atributos a tener en cuenta para fomentar la imitación son la edad y experiencias de los y las modelos, la similitud física y las habilidades verbales.

Otros factores que potencian la efectividad del modelado

- » Combinar el modelado con instrucciones y reglas para facilitar la imitación, la generalización y la retención de conceptos.
- » Aprender los componentes previos a la imitación. La conducta del modelo o la modelo, si es compleja, deberá dividirse en sus componentes para explicarse y representarse. La imitación además es mejor si incluye algunos componentes que el individuo ha aprendido antes, y si la presentación no es demasiado rápida.
- » Incentivar la conducta del modelo o la modelo y la conducta adecuada del usuario o usuaria.

Prácticas de modelado

Los y las participantes de una sesión grupal de orientación pueden ensayar una visita a un servicio público de empleo, elaborando previamente un protocolo de presentación para realizar los correspondientes role playing, que serían observados por todos los compañeros y compañeras. También podrían videograbarse las actuaciones para repasar las competencias implicadas.

→ Ejemplo de protocolo de modelado: “Haré lo que me has dicho”²⁵

- Hola, buenos días
- Buenos días
- Acabo de terminar los estudios de soldadura y estoy buscando empleo. Una compañera suya me ha dicho que hablara con usted...
- Bueno, sí...¿Qué querías?
- Pues la verdad es que no sé muy bien los servicios que ofrecéis ni cómo funciona la inscripción. Yo estoy muy interesada en trabajar y estoy un poco perdida.
- Pues mira, esta es el área de ofertas. Nosotras nos encargamos de recibir las ofertas de empresas y buscar candidatos y candidatas para enviarles. Para estar en la base de datos tienes que rellenar esta ficha
- Ah, muchas gracias. Yo estoy buscando empleo todos los días...Y no me había pasado todavía por aquí. Parece que esto funciona muy bien
- Bueno, sí...Pero no vienen muchas ofertas.
- Vale, pero al menos si estoy inscrita tengo alguna posibilidad. ¿Han venido algunas ofertas de soldadora alguna vez?
- Sí, alguna vez
- Estupendo...¿Qué tengo que hacer para tener más posibilidades como soldadora? ¿Me recomienda hacer algún curso de especialización, pasarme de vez en cuando a preguntarles? Por cierto, perdone, no le he preguntado cuál es su nombre.
- Gonzalo, pero te puede atender cualquier compañero o compañera, no sólo yo...Lo que tienes que hacer es renovar la inscripción y actualizar los datos. En temas de fabricación metálica sí suelen salir ofertas.
- Pues muchísimas gracias, Gonzalo. Haré lo que me ha dicho. Ha sido muy amable

25 Extraído de Alcántara, A. (2003): La Red de Contactos. Sevilla: Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. Junta de Andalucía (p.59)

6.7. TÉCNICA (VII). COACHING como herramienta de orientación profesional

Presentación del coaching como técnica

El coaching es un conjunto de prácticas que se asemejan a un método socrático, el cual utiliza las preguntas para ayudar a las personas en la búsqueda de alternativas y soluciones y en su toma de decisiones.

La ICF (International Coach Federation), que aspira a convertirse en la organización referente a nivel normativo y profesional, define el coaching de una forma muy genérica:

“A partnering with clients in a thought-provoking and creative process that inspires them to maximize their personal and professional potential”.

Es decir, una especie de colaboración con usuarios y usuarias en un proceso creativo y generador de ideas, que les inspira para maximizar su potencial personal y profesional.

Otras definiciones de coaching lo presentan como una serie de entrevistas individuales entre una persona (el coachee) y un o una profesional (el coach) que tienen como finalidad ayudar a la persona a alcanzar sus objetivos.

También como una “colaboración que permite a los usuarios y usuarias producir resultados satisfactorios en su vida profesional, en su empresa u organización”. (Launer y Cannio, 2008)

Desde el punto de vista de la psicología, las actividades denominadas como coaching tienen dos características comunes:

1. **Tienen carácter práctico, enfocado y puntual.** Las personas establecen objetivos concretos e intentan alcanzarlos dentro de las sesiones en un periodo de tiempo breve.
2. Usan **preguntas** para ayudar a las personas a encontrar alternativas y tomar decisiones mediante el “reforzamiento diferencial” de las mejores opciones. El coaching constituye un conjunto de prácticas inspiradas a modo de diálogo socrático donde dos personas buscan la respuesta a una pregunta mediante su propio esfuerzo de reflexión y razonamiento.

Coaching: fases y preguntas aplicables en orientación

Generalmente la aplicación de un proceso de coaching incluye cuatro fases, similares a las que conforman un proceso de orientación profesional, y utiliza como herramientas características decenas de preguntas que ayudan a los usuarios y usuarias especialmente a valorar alternativas, definir objetivos profesionales, analizar obstáculos, elaborar un plan y evaluar sus resultados.

Coaching 1. Preguntas sobre la META: Define el objetivo que quieres alcanzar

- » ¿De qué quieres que hablemos exactamente?
- » ¿Qué te gustará haber logrado al final de esta sesión?
- » ¿Qué esperas obtener de esta sesión?
- » ¿Qué sería lo más útil que podrías conseguir en esta hora?
- » ¿Cómo será tu vida (en ese aspecto concreto) dentro de unos meses cuando la hayas cambiado?
- » ¿Cómo mejorará tu vida la consecución de ese objetivo?
- » ¿Qué precio estás dispuesto/dispuesta a pagar por alcanzarlo? ¿Cómo sabrás que lo estás pagando en tu día a día cotidiano?
- » ¿Qué has hecho para perseguir este objetivo hasta ahora?
- » ¿Qué quieres conseguir? ¿Qué rumbo deseas seguir?
- » ¿Qué harías si supieras que no puedes fallar?

Coaching 2. Preguntas sobre los OBSTÁCULOS: Identifica las dificultades para alcanzar tus objetivos

- » ¿Cuáles son los obstáculos que necesitas superar para conseguir tu objetivo?
- » ¿Qué y quiénes te impiden hacer algo más?
- » ¿Qué cosas te impiden conseguir HOY tus objetivos?
- » ¿Qué hábitos te están alejando de tus objetivos?
- » ¿Cuál es la situación presente en detalle?
- » ¿Cuál es tu mayor preocupación al respecto?
- » ¿Quién más tiene control personal sobre el resultado que quieres?
- » ¿Qué necesitarías para solucionar el problema o conseguir el objetivo?
- » Y si tuvieras los recursos (el tiempo, el dinero, la información, el apoyo...) necesarios, ¿qué harías? ¿Y si supieras cómo hacerlo?
- » ¿Y si te apoyara tu pareja o tu familia? ¿Y si estuvieran de acuerdo?
- » ¿Cuál es realmente el problema aquí?

Coaching 3. Preguntas sobre las OPCIONES: Busca alternativas para superar obstáculos

- » ¿Qué opciones tienes para cambiar las cosas?
- » ¿Qué alternativas y soluciones grandes y pequeñas, completas o parciales, se te ocurren?

- » ¿Qué harías si pudieras empezar desde el principio o con personas diferentes?
- » ¿Cómo podrías introducir esas opciones en tu vida?
- » Si no tuvieras miedo o si tuvieras seguridad, ¿qué harías?
- » Cuando creas que ya has pensado en todas las posibilidades, piensa un poco más y pregúntate: si todo fuera posible, ¿qué más podrías hacer?

Coaching 4. Preguntas sobre el COMPROMISO: Negocia un compromiso contigo mismo o contigo misma

PLAN DE ACCIÓN

- » ¿Qué vas a hacer?
- » ¿Cuándo vas a hacerlo?
- » ¿Qué deberías estar haciendo ahora?
- » ¿Esta acción te acerca a tu objetivo?
- » ¿Qué obstáculos podrías encontrar?
- » ¿Quién necesita ser informado?
- » ¿Qué apoyo necesitas? ¿De quién? ¿Cómo y cuándo obtendrás ese apoyo?
- » Califica de 1 a 10 tu intención de llevar a cabo las acciones acordadas. ¿Qué te impide calificarla con 10? ¿Cómo podrías mejorar esa puntuación? [Sólo cuando sea menor de 8, ya que es mucho menos probable que lo haga]
- » ¿Cómo encaja lo que vas a hacer con todo lo demás que ya estás haciendo?
- » ¿Qué podría hacer que interrumpieras el plan o dejaras de intentarlo?
- » ¿Qué harás y cuándo para obtener el apoyo que necesitas?
- » ¿Qué podría hacer yo para ayudarte?
- » Desde tu posición actual, ¿cuál es el primer paso que podrías dar? ¿Qué te impide darlo ya?

EVALUACIÓN DE SESIÓN/ PROCESO

- » ¿Qué te ha funcionado mejor? ¿Qué no te ha funcionado bien?
- » ¿De qué te sientes más orgulloso/orgullosa?
- » ¿En qué momentos tuviste más miedo?
- » ¿Cuándo te sentiste con más poder?
- » ¿Qué es lo que más ha cambiado en ti?

Coaching: preguntas complementarias

¿Qué puedo hacer para averiguar lo que quiero hacer?

Cuando no sabes qué objetivo perseguir

¿Qué puedo hacer para tener más posibilidades?

En lugar de decir “no merece la pena intentarlo porque no tengo posibilidades”

¿Qué pasaría si lo intento de todas formas?

Para determinar el perfil del usuario o usuaria y tenerlo en cuenta al diseñar el plan de acción personalizado

Para encontrar motivación

¿Qué te encanta?

¿Qué odias?

¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre? ¿Qué es lo que más te gusta de hacer eso?

¿Qué te sale bien y fácil?

¿Qué te cuesta trabajo?

¿Cuáles son tus fortalezas / dones / talentos?

¿Qué cosas te cargan / descargan las pilas?

¿A quién admiras y por qué?

¿Cuáles son los defectos que te molestan de las demás personas?

¿Cuáles son tus formas de auto-sabotaje?

Preguntas de coaching para ayudar a encontrar un rumbo

Si lo que tienes ahora no te gusta ¿cómo crees que debería ser?

¿Cómo se sentiría tener idea de para dónde vas?

¿Cómo te imaginabas que iba a ser tu vida?

¿Qué te gustaría que pasara hoy que no esté pasando?

Si tu situación financiera estuviera solucionada de por vida ¿qué te gustaría hacer que te hiciera sentir útil?

Si tuvieras una varita mágica...

Si fueras a vivir tu vida a tope ¿de qué sería lo primero de lo que tendrías que deshacerte?

¿Habría algo que de tener más / menos marcaría alguna diferencia en tu vida?

¿Qué estás soportando o tolerando actualmente que no te haga feliz?

¿Qué quisieras hacer antes de morirte?

¿Qué te daría más paz?

¿Qué te pondría una sonrisa en la cara?

Tu vida sería perfecta de no ser por...

¿Qué te gustaría que dijera tu epitafio?

Preguntas de coaching para ayudar a cambiar de perspectiva

¿Qué se puede aprender de todo esto?

Esto sólo podría ser perfecto en caso de que tú...

Si la única opción fuera reírse ¿cómo podrías sacarle la gracia?

¿Hay algo para agradecer en todo esto?

¿Hay formas de hacerlo diferente?

¿Qué es lo que tiene más valor desde tu óptica actual?

¿Qué destrezas te ha generado esta situación?

Después de esto, ¿te sientes más / menos (tolerante, impaciente, enjuiciador, etc) que antes?

Preguntas de coaching para la toma de conciencia

¿Qué cosas tendrías que repetir para asegurarte de que en un futuro vas a volver a estar exactamente en la misma situación?

¿Qué se te cruza por la cabeza cuando piensas en eso?

De seguir cómo vas ¿cómo crees que vas a estar en 10 años?

¿Hay alguna conexión entre lo que estamos hablando y tus valores o principios?

¿Qué te impide hacerlo? ¿Qué te estás diciendo?

¿Te estás escuchando? ¿Oíste lo que dijiste?

¿Qué resultado esperas obtener con lo que estás haciendo?

¿Cuáles son las ventajas de hacer / no hacer eso?

¿De qué forma contribuye esto a tu vida? ¿Qué te aporta? ¿Qué sacas?

¿Cómo estás alimentando ese hábito?

¿Ya te había pasado algo semejante?

¿Soltar eso significaría dejar atrás qué cosa?

¿Quién tiene el timón ahora?

Preguntas de coaching para crear acción

¿Desde hace cuánto vienes pensando en eso?

¿Cómo te sentirías si ya lo hubieras hecho?

¿Qué pasaría si lo hicieras?

¿Qué pasa si no lo haces?

¿Qué te hace falta para estar listo/lista?

¿Qué podrías hacer que no estés haciendo?

¿Qué tienes que dejar de hacer?

¿Qué sería lo único que podrías hacer en este momento?

¿Qué se te ocurre que habría que hacer para prepararte?

¿Qué habría que hacer para que sucediera lo que te gustaría que pasara?

¿Qué te acercaría a la meta?

Seamos fatalistas, ¿qué es lo peor que podría pasar?

¿Qué sería lo mejor de lograrlo?

¿Qué sería lo peor de no lograrlo?

¿Qué podría hacer que te llamara la atención en lugar de huir?

Preguntas de coaching para establecer la meta

¿Podríamos comenzar a trabajar en tu meta ahora mismo o tendríamos que esperar algo?

¿Cuál es tu motivación principal para alcanzarlo?

¿Cómo vamos a saber cuándo alcanzas la meta?

¿Qué plazo quieres darte para alcanzarla?

¿Te interesa que te cuente algo de cómo alcanzar metas más fácilmente?

¿Cómo podríamos darle la vuelta a eso que me estás diciendo y expresar lo que quieres alcanzar en lugar de lo que quieres dejar atrás?

Preguntas de coaching para diseñar un plan de acción

¿Con qué cosas cuentas para alcanzar tu meta en este momento?

¿Cuáles te están haciendo falta?

¿Cuál podría ser un primer paso?

¿Qué habría que hacer para descubrir el primer paso?

¿Quién te podría dar luces con este asunto?

¿Con quién te podrías juntar que estuviera en la misma onda?

¿Quién se podría burlar o sabotearte?

Eventualmente ¿qué obstáculos podrías encontrar en el camino?

¿Cómo podrías evitarlos?

¿Cómo podríamos poner tus talentos a trabajar por tu meta?

¿Qué podríamos hacer si tus formas de auto-sabotaje aparecieran en el camino?

Preguntas de coaching para que el usuario o usuaria encuentre soluciones propias

¿Cómo te puedo ayudar yo?

Si te estuvieras oyendo ¿qué consejo te darías?

Suena interesante... cuéntame más

¿Con qué palabra resumirías el asunto?

¿Cuál sería la mejor pregunta que yo te podría hacer para despejar la situación?

¿Qué es lo que necesitarías en este momento?

¿Cómo quieres que reaccione si te sorprendo haciendo eso?

Dar 5 segundos de silencio para que la persona se oiga pensar. No hay que sentirse mal si no responde inmediatamente, probablemente sólo está articulando.

7. ANEXO. MOTIVACIÓN para buscar empleo

NOTA. Este material de trabajo tiene como objetivo proporcionar contenidos, actividades prácticas y casos, solo a modo de EJEMPLO o inspiración, que puedan formar parte de métodos y acciones de orientación profesional

Frases representativas sobre motivación

Motivación no es tener ánimo, motivación es tener motivos. (*Yoriento.com*)

Te sientas como te sientas y pienses lo que pienses, haz lo que debas, lo que tienes previsto hacer. (*Yoriento.com*)

“Mañana mismo me pongo a buscar trabajo, y si no me pongo mañana me pongo el lunes, que mañana es domingo”. *Mojinos Escocíos*

“La voluntad debe ser la única cosa en el mundo que cuando está desinflada necesita que la pinchen”. *Felipe, de Mafalda*

Factores relacionados con la motivación

1. La motivación profesional
2. Tus metas son tus motivadores
3. Sientas lo que sientas haz lo que debas
4. Sigue intentándolo
5. Tus hábitos son el piloto automático de tu motivación
6. Ocuparse es motivarse
7. Si sabes buscar empleo tendrás más ganas de buscar
8. Objetivos alcanzables y graduales

1. La motivación profesional

“Si el trabajo no te gusta, ¡no tendrás muchas ganas de buscarlo!”.

Si disfrutas con el desempeño de una o varias profesiones o actividades profesionales, querrás trabajar y querrás buscar un empleo relacionado con estas actividades, y planificarás cómo mejorar y seguir aprendiendo en ese campo. Un mayor interés profesional implica siempre una mayor motivación profesional y una mayor satisfacción personal.

Si tu motivación y tus intereses profesionales son reducidos, es probable que sólo estés motivado para trabajar económicamente, y por tanto será difícil que puedas disfrutar con los empleos que desarrolles. ¿Pasarás todas las semanas esperando ansiosamente que llegue el fin de semana? ¿Le dedicarás 8 horas diarias, casi la mitad de tu vida, a un trabajo que no te gusta porque “no tienes más remedio”?

¿Has elegido ya tu estilo de vida y de trabajo? No te resignes. Si no te gusta el trabajo que haces, busca otras opciones laborales. Encuentra tus intereses y tus motivaciones profesionales observando lo que ya te gusta hacer diariamente; “inspírate” consultando todas las especialidades de formación profesional reglada y ocupacional; investiga las actividades profesionales y laborales que se desarrollan a tu alrededor... ¿Cuál es tu caso?

2. Tus metas son tus motivadores

“Establecer y perseguir objetivos profesionales y laborales es el mejor camino motivacional”

Una persona que no se propone objetivos o metas profesionales, por definición, es una persona desmotivada, y a menudo, desanimada. Disfrutarás y te sentirás más implicado o implicada en tu empleo si te marcas tus propios objetivos diarios, semanales, etc. Y estarás mucho más motivado o motivada si marcas metas alcanzables y concretas.

Algunos ejemplos de posibles hitos serían contactar con una persona conocida al día para informarle de que estás buscando empleo y pedirle consejo; chequear 5 portales de ofertas de empleo en internet al menos una vez por semana; realizar autocandidatura presencial en 20 empresas al mes, etc.

Busca y descubre continuamente las actividades y temas que te interesan, y conviértelos en objetivos: realizar cursos de formación relacionados con tus metas profesionales, sin caer en la cursitis; plantearte retos y propuestas de mejora en el trabajo que se puedan evaluar al final de cada día, de cada semana o de cada mes; convertir tu búsqueda de empleo en una continua superación de pruebas y actividades concretas a realizar; especializarte continuamente, leyendo un artículo en inglés cada semana, aprendiendo una nueva aplicación o utilidad informática al mes, etc.; y valorar la posibilidad de montar tu propia empresa y de desarrollar otras alternativas profesionales.... ¿Cuál es tu caso?

3. Te sientas como te sientas y pienses como pienses, haz lo que debas, sigue tus planes

“Los pensamientos y las emociones no influirán si simplemente haces lo que te has propuesto hacer”.

Es posible que pienses “no voy a encontrar empleo porque no tengo suerte”, o, “para qué buscar si la mayoría de los trabajos son muy precarios”.

Tal vez empieces la mañana de mal humor creyendo o diciéndote a ti mismo o a ti misma que “el día va a ser tan malo como el de ayer: para qué levantarse temprano si tampoco va a servir de mucho.”

Estás convencido o convencida de que “los mejores empleos los consiguen personas que no se lo merecen tanto como yo”.

O por el contrario, tal vez piensas “no estoy preparado/preparada para buscar empleo, no creo que pueda conseguirlo.”

¿Por qué prestas tanta atención a tus pensamientos y a tus emociones?

En tu vida cotidiana tiene muchos más efectos existenciales lo que haces que lo que piensas o sientes. Aunque no tengas ganas, aunque estés pensando de forma negativa, aunque sientas algo de ansiedad en ocasiones, si simplemente haces las actividades que tienes previstas, notarás como dejas de pensar tanto y comienzas a sentirte mejor.

Sigue tus objetivos, planifica hábitos diarios, busca empleo o implícate con regularidad en actividades profesionales, e intenta hacer las cosas mejor día a día. No te pedimos que dejes de pensar o que pienses otras cosas, en positivo o en negativo, o que te sientas de otra forma.

Piensa lo que quieras o lo que puedas, pero haz lo que debas, y tu vida siempre irá mejor. Y seguramente tus pensamientos y emociones también. Si consigues que tus emociones no cambien tus planes, entonces tus planes cambiarán tus emociones.

¿Qué es lo próximo que vas a hacer aunque no tengas ganas?

4. Sigue intentándolo

“Lo conseguirás a la primera, o a la segunda, o a la tercera, o...”

Tu búsqueda de empleo puede ser buena y esforzada, pero para obtener resultados tendrás que intentarlo muchas veces. Para conseguir que te convoquen a una entrevista de selección de personal y tener la posibilidad de acceder a un buen empleo, quizás tengas que presentar decenas o cientos de currículos adaptados para cada una de las empresas que te interesan, durante varios meses o incluso años. O tal vez te llamen un día después de que presentes el primero, quién sabe.

Si pretendes que algunos de tus amigos, amigas o contactos te ofrezcan alguna información valiosa o un consejo útil para tu búsqueda de empleo o tu vida profesional, tal vez te veas obligado a hablar por teléfono o quedar en persona con muchos de ellos, quizás 10, es posible que 100, quién sabe cuántos. Para que puedas montar tu propia empresa tal vez tengas que realizar muchos esfuerzos previos. Nunca saldrá a la primera y no debería pillarte por sorpresa.

Los resultados de tu búsqueda de oportunidades podría representarse con la siguiente línea:

NO NO NO NO SI NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO SI SI NO ...

Los noes representan los “fracasos”, las veces que intentas alcanzar una pequeña meta y no lo consigues: ese contacto que no te ofrece un consejo o una información valiosa, una acción formativa en la que no aprendes lo que esperabas, un empleo desmotivador que tienes que mantener hasta conseguir otro...

Los síes son los “éxitos”, la consecución de esos pequeños objetivos que son los peldaños hasta el estilo de vida que tú quieres: el acceso a una formación importante para tu carrera profesional, el reconocimiento de un trabajo concreto por parte de tu empresa, que un portal de ofertas de empleo en internet al fin tenga en cuenta tu candidatura...

La vida profesional y personal es una carrera intermitente donde los éxitos o las satisfacciones serán más probables para aquellas personas que más y mejor lo intentan. Si no sale bien, simplemente sigue intentándolo.

Si tu objetivo ineludible es aparcar el coche, ¿qué otra cosa mejor podrías hacer que seguir buscando aparcamiento cuando aún no has encontrado aparcamiento?

5. Tus hábitos son el piloto automático de tu motivación

“Si quieres conseguir un objetivo, crea los hábitos que lo hagan posible”.

Conseguir lo que te propones tiene mucho que ver con generar y mantener hábitos personales y profesionales, rutinas diarias como levantarse temprano aunque no se tenga la obligación, y hacer o colaborar con las tareas del hogar; estudiar de forma regular, y no solamente días antes de los exámenes; dedicar momentos o jornadas concretas de la semana a buscar empleo y gestionar contactos.

Para fortalecer tus hábitos acostúmbrate a planificar tus objetivos, tareas y citas. No importa que debas cambiar tus planes continuamente porque haciéndolos estarás siendo más productivo o productiva y eficaz organizando tu propia vida.

Recuerda que siempre tienes que temporalizar las actividades que más te gustan detrás de las que te cuestan más esfuerzo pero son más importantes. Aquellos días o semanas en que hayas cumplido con los planes previstos “regálate” una de tus actividades favoritas. Te lo habrás merecido.

Tómate la búsqueda o la mejora de empleo como un trabajo más y dedícale un espacio y un tiempo determinado en tus planes. Tienes que encontrar tu propio ritmo, y no depender del ritmo ni de los intereses de las personas que te rodean.

6. Motivarse es ocuparse

“En caso de duda, mantente ocupado/ocupada”.

¿Cuántas veces no has tenido ganas de hacer nada en particular pero te has ocupado con algo y ha cambiado tu ánimo y tu nivel de actividad? La cita “si quieres que algo se haga, encárgaselo a una persona que este ocupada” nos pone en la pista de que la acción lleva a la acción y a la eficiencia.

Cuanto menos hagas menos querrás hacer, entrando así en una espiral de inactividad. En caso de duda, ocupa tu tiempo activamente y conseguirás cualificación, contactos, información, alternativas y diversión.

Puedes implicarte en actividades formativas y autoformativas relacionadas o no con tus objetivos profesionales; colaborar con entidades o en proyectos no lucrativos durante un tiempo al día o a la semana; mantener vivas tus relaciones personales y tus contactos en general; en el caso de que estés desempleado o desempleada, mientras buscas mejores oportunidades puedes desempeñar pequeños trabajos temporales tales como impartir clases particulares, emplearte como cartero o cartera comercial, encuestador o encuestadora, etc.

También podrías planificar la posible creación de tu propia empresa de forma complementaria al desempeño de un trabajo o a la búsqueda de empleo por cuenta ajena; desarrollar nuevas aficiones relacionadas con la lectura, el baile, la música, los viajes, internet, etc.

7. Si sabes buscar tendrás más ganas de buscar

“Conviértete en un buen buscador o buscadora de empleo y estarás motivado o motivada para encontrarlo”.

Siempre estamos más motivados y motivadas a hacer aquello que dominamos, porque la probabilidad de éxito es mayor, pero sobre todo porque disfrutamos también del proceso y no solo del resultado.

Moverte por el mundo laboral te resultará más interesante si, por ejemplo, elaboras y adaptas con facilidad cartas de presentación y curriculum para cada empresa seleccionada; si has aprendido a gestionar con eficiencia la información de los portales de ofertas de empleo en internet; o si gestionas tus contactos con naturalidad mediante el correo electrónico y las redes sociales, solicitando consejo e información de forma periódica a las personas que integran tu red.

También tendrás más ganas de buscar empleo si afrontas las entrevistas de trabajo sin ansiedad, y las preparas centrándolas en tus puntos fuertes y en lo que tú sabes hacer y puedes ofrecer.

Si ya eres un experto o experta buscando empleo, te sentirás más profesional y estarás muy motivado o motivada para seguir buscando y planificando tu vida profesional, incluso tras haber encontrado un buen empleo.

8. Plantea objetivos alcanzables y graduales

“Lo importante no es querer sino hacerlo alcanzable”.

Establecer objetivos es fácil y depende sobre todo de tus intereses. Alcanzarlos es lo difícil y depende de cómo los plantees: realistas y dentro de un plan que va paso a paso hasta la meta final, o demasiado exigentes y “para la semana que viene”.

Si, por ejemplo, nunca has buscado empleo o nunca has realizado muchos esfuerzos o planes para conseguirlo, no empieces a buscarlo de manera intensiva. Si no has hecho deporte en 10 años, no pretenderás correr la maratón de tu ciudad la semana que viene, ¿no?

La planificación profesional es la labor más compleja para una persona que busca trabajo o que quiere mejorar su vida laboral a medio o largo plazo. Si es posible, cuenta con el apoyo de un profesional o una profesional de la orientación.

Para poder hay que querer, pero si quieres no siempre puedes.

No te castigues porque, por muchos esfuerzos que hagas, a veces no será suficiente. Tal vez tengas que reinventarte profesionalmente, seguir enfocando y afinando tu especialización, o incluso plantearte la movilidad geográfica.

Madurar es dejar de creerse víctima de las circunstancias pero también es aceptar que algunas veces las circunstancias podrán con nosotros y con nosotras.

8. ANEXO. CREENCIAS erróneas sobre la vida profesional

(Material de trabajo del Manual #FPOrienta)

NOTA. Este material de trabajo tiene como objetivo proporcionar contenidos, actividades prácticas y casos, solo a modo de EJEMPLO o inspiración, que pueden formar parte de métodos y acciones de orientación profesional

Creencia del castigo divino: “Trabajar no le gusta a nadie, sólo se trabaja por dinero”

No es lo mismo cobrar por tu trabajo que trabajar solo por dinero

Algunas personas asumieron hace tiempo que no les gusta la actividad profesional que desarrollan, incluso aquéllas que están buscando oportunidades de empleo para esa ocupación. Han adoptado la creencia de que trabajar es una especie de castigo divino administrado en horario laboral, y que la verdadera vida solo está fuera de la oficina o de la fábrica.

Otros y otras profesionales más motivados, motivadas, interesados o interesadas por su desempeño saben y sienten que su vida laboral es un parte satisfactoria y complementaría de la vida no laboral.

¿Trabajar no te gusta por lo que crees o por lo que haces en el trabajo?

Se tiende a creer que todas las personas que no tienen empleo están interesadas en encontrarlo, o que la mayoría de los y las profesionales quieren mejorar su vida profesional. Pero la importancia que las personas dan a su vida profesional es muy variable.

No todas las personas que NO trabajan tienen la misma motivación para trabajar y no todas las personas que trabajan intentan mejorar en el desempeño de sus funciones con similar energía. Para algunas el trabajo es una mera obligación, mientras que para otras forma parte de su estilo de vida y de sus valores.

La disponibilidad para la movilidad geográfica es uno de los indicadores de motivación hacia el empleo y el desarrollo profesional

Algunas personas que quieren abandonar un puesto de trabajo frustrante no se plantean alternativas fuera de su ámbito geográfico porque sería ‘lo comido por lo servido’, debido a los gastos que supondría vivir fuera del hogar familiar. Otras aceptan esta movilidad porque encuentran otros incentivos para su carrera profesional además del económico.

¿Cuánto estás dispuesto/dispuesta a invertir por tener empleo o mejores posibilidades en el futuro?

Otros y otras profesionales que compiten por las mismas oportunidades están invirtiendo y esforzándose más que nosotros y nosotras. No pasa nada, no se trata de estresarse, sino de aceptar que nuestro perfil será menos valorado profesionalmente y recibiremos condiciones laborales de menor calidad o menos interesantes. A menos que estemos dispuestos y dispuestas a poner más carne en el asador de nuestra vida profesional.

Creencia del autoconocimiento: “Sé con seguridad por qué mi vida profesional no avanza”

El autoconocimiento es mucho más difícil de lo que parece

Si te pidieran destacar tu mayor virtud o competencia profesional en tu ocupación o sector, ¿con cuál te quedarías? Muchos y muchas nos sentimos capaces de enumerar los supuestos factores responsables de nuestra situación de estancamiento profesional. Pero **una cosa es dar razones y, otra, tener razón.**

Si te preguntan por qué estas desempleado o desempleada, por qué no creces en tu empresa o por qué no tienes más iniciativa, seguramente acudirás a respuestas generales o lugares comunes: la cosa está muy mal en mi sector, es difícil encontrar mejores oportunidades si no tienes buenos contactos...

Cuando nos hacen este tipo de preguntas parecemos tertulianos y tertulianas de la tele o de la radio simulando saber sobre aquello que nos preguntan. Con lo bien que quedarían de vez en cuando diciendo “no sé”.

Conocer los motivos de nuestra situación profesional es difícil sin contar con el asesoramiento de orientadores, orientadoras, especialistas, o de otros compañeros, compañeras o profesionales que actúen como consejeros, consejeras, mentoras o mentores para darnos perspectiva.

El caso de Julia, licenciada en Derecho

Julia terminó la licenciatura de Derecho con la intención de superar unas exigentes oposiciones. Tras unos años de preparación no alcanzó el objetivo así que, pasado un periodo de inactividad y desánimo lógicos, empezó a colaborar en una empresa inmobiliaria. Fue antes de la crisis.

Tras un par de años en esa agencia decidió intentar buscar algo mejor. Se inscribió en la oficina pública de empleo, dejó algunos currículos en muchas empresas de trabajo temporal y en algunos bancos, e incluso pensó montar una gestoría laboral.

Repetía de vez en cuando estos intentos de búsqueda de empleo pero nunca obtenía resultados.

“Uf, por lo que se ve ahora no hay muchas oportunidades de empleo para licenciadas en Derecho, estoy apuntada a casi todo y no consigo que me llamen. Bueno, cuando la cosa mejore seguro que consigo algunas entrevistas.”

¿Piensas que Julia estaba siendo realista?

¿Crees que conocía las razones por las que no encontraba empleo?

¿En qué se parece la situación de Julia a la tuya?

Si tuvieras que elegir un factor responsable de tu situación profesional, ¿cuál sería?

Creencia del motivo único: “Mi vida va mal por una cosa que hice mal o que no hice bien”

No hay una sola explicación o causa para la situación personal o profesional que estamos viviendo. Esta idea errónea del “motivo único que todo lo explica” se debe a nuestra tendencia a simplificar para intentar entender qué está pasando y así encontrar una solución rápida.

El caso de Alejandro, que se reincorpora

Alejandro decidió hace un par de años reincorporarse al mercado de trabajo. Como hace muchos años trabajó como dependiente en una empresa familiar, la mayor parte del tiempo sin contrato de trabajo o en situación irregular, pensó que podría volver a ejercer esa misma ocupación.

Una profesional de la orientación le ayudó a confeccionar su currículum y presentar su candidatura en persona en decenas de tiendas y supermercados de su ciudad. Tras unos meses sin recibir una sola respuesta, Alejandro se encontraba muy desanimado:

“Debe ser que como sólo tengo la EGB (Educación General Básica, estudios básicos en España) no cumplo con los requisitos para ser cajero, reponedor o dependiente. Creo que tendré que hacer algún curso para actualizarme.”

Así que decidió realizar un curso de Formación Profesional Ocupacional de Dependiente de 5 meses de duración. Le resultó aburrido, teórico y no hubo mucho contacto con empresas, pero pensó que valdría la pena por el título, que los supermercados lo valorarían.

Meses después de finalizado el curso y meses después de la presentación de otras decenas de currículos, los resultados tampoco llegaron:

“Creo que debo seguir haciendo cursos, al parecer aún no cumplo con el perfil.”

¿Crees que el motivo por el que no seleccionan a Alejandro como cajero o reponedor es su “falta de formación” o puede deberse a otras razones?



Creencia de la suerte: “Sin suerte, no importa cuánto me esfuerce”

Posiblemente ésta sea la más frecuente y utilizada creencia respecto a los problemas que una persona tiene en la vida en general, y en el desarrollo profesional en particular.

Claro que el azar juega un papel en nuestra vida, pero lo malo es utilizar la suerte o la mala suerte como justificación de la inactividad o el derrotismo. Si crees que la suerte es tu problema, el problema es que contra la “falta de suerte” no se puede luchar. Solo podemos planificar y trabajar mientras la suerte aparece.

Cree en la suerte si quieres, pero esfuérzate como si fueses a tenerla

Si metes a un número suficientemente grande de personas en una habitación y las pones a tirar monedas al aire, tarde o temprano alguien sacará diez caras seguidas.

Si a posteriori le preguntas a esa persona la razón de su “éxito” probablemente no te dirá que tuvo suerte sino que se ha hecho un experto o experta en tirar monedas. Esto es precisamente lo que ocurre en el mundo de los negocios.

(Adaptado de La estrategia del jugador, en el blog de Alfonso Longo)

Creencia fatalista: “Lo que me pasa a mí no le pasa a nadie”

Este otro pensamiento inadaptado, relacionado con la suerte, también es frecuente, aunque es fácil de contraargumentar: *¿Acaso tienes la estadística completa sobre los problemas ajenos? ;)*

Contra este tipo de ideas negativas no hay nada más eficaz que mostrar contraejemplos, casos concretos en los que no se cumple ese pensamiento erróneo. En todo caso, he podido comprobar que los argumentos negativos son resistentes a la racionalización, simplemente forman parte de la “personalidad” de quienes los esgrimen.

El caso de María Jesús, diplomada en Magisterio

María Jesús terminó una diplomatura de Magisterio hace muchos años. Desde entonces ha estado impartiendo clases particulares para alumnos y alumnas de su pueblo. Se ha presentado a oposiciones varias veces sin éxito. Está muy insatisfecha con su trayectoria profesional: solo ha conseguido un empleo durante 6 meses desde que terminó los estudios.

Un profesional de la orientación le insistía sobre la importancia de gestionar de forma sistemática los contactos en un sector como el suyo, pero ella se resistió a utilizar técnicas de networking:

“Quiero encontrar empleo por mí misma”.

Actualmente lleva un mes trabajando como comercial en una editorial de libros educativos.

Un contacto de su tío conocía a su vez a alguien que trabajaba en esa editorial y en la que necesitaban un vendedor o vendedora con perfil educativo. María Jesús pensó ¡qué suerte he tenido!

El tío le dijo a María Jesús:

“Si me lo hubieras dicho antes me hubiera movido antes, sobrina.”

¿Crees que María Jesús encontró ese empleo gracias a la suerte?

Creencia envidiosa: “Las oportunidades que consiguen los demás son inmerecidas”

No te sientas mal, justo eso mismo están pensando otros muchos de ti

Un hombre inscrito como demandante de empleo en la profesión de limpiador, entre otras, acudió a la oficina de empleo para quejarse porque habían convocado a un conocido suyo a un proceso de selección de limpiadores: **“No sé por qué lo llaman a él y no a mí, que soy mejor”**

Pensar que a los demás y las demás les va mejor, se lo merezcan o no, tiene también un componente fatalista mezclado con nuestra cultura social: tendemos a valorar los éxitos y fracasos propios en comparación con los ajenos. Es lo que hay.

“No me basta con ser feliz, necesito que los demás sufran”. Groucho Marx

Creencia del enchufe: “Las oportunidades que se consiguen por contactos son inmerecidas”

¿Lo dices por experiencia? ;)

La creencia del enchufe es una forma de creencia envidiosa, pero como es tan frecuente he decidido darle su propio apartado. Si las personas que encuentran mejores oportunidades por contactos no se lo merecen, ¡guau!, porque más de la mitad de los puestos de trabajo se cubren por referencias o recomendaciones. ¿Sabes por qué? Porque es un método barato y rápido para localizar y contratar trabajadores y trabajadoras.

Es cierto que algunas personas obtienen puestos de trabajo y oportunidades gracias a sus relaciones a pesar de contar con menos méritos y cualificación que otros y otras profesionales competidores. Pero la moraleja es clara: si queremos tener más opciones, sean merecidas o inmerecidas, mejor será ampliar nuestra red de conocidos y conocidas.

En todo caso, si un empleador, empleadora o empresa no se preocupa por promocionar o conseguir a los y las mejores profesionales, seguramente esa empresa no durará mucho. Si pones a tu hijo o hija, o a tu cuñado o cuñada a trabajar contigo sabiendo que son malos o malas profesionales, oye, es tu dinero y tú decides como perderlo..., digo, cómo invertirlo.

Y si un determinado puesto de trabajo no exige especiales méritos y puede hacerlo casi cualquier persona, haya sido o no recomendada, nadie lo habrá obtenido de forma inmerecida, ¿no crees?

Creencia de la discriminación: “No accedo a mejores oportunidades por mi discapacidad, por mi inexperiencia, por mi edad...”

Todos nosotros y nosotras podremos completar esa línea de puntos suspensivos con mucha facilidad. Tendemos a justificar nuestros fracasos o dificultades en lugar de ponernos a hacer planes para superarlos.

Es evidente que personas con determinados perfiles profesionales y personales tienen más dificultades que otras para encontrar oportunidades y hay que seguir reinventando medidas de promoción de la igualdad, pero **una cosa es utilizar la estadística como un obstáculo a superar, y otra como una excusa para no actuar.**

Algunos de los pensamientos negativos más arraigados tienen que ver con la influencia de la edad en nuestra vida personal y profesional, del estilo “ya soy muy mayor para empezar a estudiar de nuevo” o “todavía soy muy joven para pensar en el futuro profesional”, pero **nunca se es demasiado joven o demasiado viejo salvo para justificarse.**

El caso de Tomás, administrativo

Tomás tiene 44 años. Ha trabajado como administrativo desde que finalizó sus estudios de grado medio de formación profesional, hace más de 20. Su empresa cerró hace unos meses y su búsqueda de empleo no está dando frutos.

Se repite continuamente “con esta edad quién me va a contratar” y está empezando a reducir su búsqueda. Ahora espera que lo llamen los servicios públicos de empleo, a ver si hay suerte.

Es cierto que la mayoría de las empresas incorporan de forma preferente candidatos y candidatas jóvenes, no solo por la posibilidad de realizar contrataciones menos costosas y más flexibles, sino también porque prefieran formar a sus profesionales desde el inicio. Pero otras posiciones o puestos en las empresas requieren de profesionales con más experiencia y cualificación especializada en sectores específicos, por ejemplo, contabilidad informatizada, gestión de nóminas...

“Bueno, yo la verdad es que soy administrativo tipo secretario, de los de coger el teléfono y escribir cartas en Word, pero de ahí no me saques.”

¿Crees que el mayor handicap de Tomás es la edad? El problema no siempre es la edad tanto como lo que se hizo y se hace con ella.

Creencia del riesgo: “Me arriesgaría si fuese seguro”

Esta contradictoria frase es habitual en ámbitos profesionales más allá del mundo de los emprendedores y las emprendedoras:

- » “No voy a aceptar la oportunidad de promoción que me ofrece mi empresa en Houston porque no es seguro que sea bueno para mi trayectoria”
- » “Si yo supiese que iba a encontrar un buen empleo en otra ciudad me iría ahora mismo”
- » “Si hacer ese curso me diera posibilidades seguras de empleo pagaba lo que fuera por hacerlo”
- » “Sólo me iré de casa de mis padres cuando sepa que no voy a verme obligado/obligada a volver”

No siempre somos conscientes de que arriesgamos de forma cotidiana con las decisiones que tomamos. Parodiando esta actitud, podríamos llegar a afirmar ***no hablo con nadie porque no es seguro que me vayan a caer bien y eso sería muy desagradable.***

Perseguir aquello que queremos conseguir siempre implicará algún riesgo, alguna inversión y algún esfuerzo que pueden no tener la rentabilidad o el provecho esperados. Pero, ¿qué otra alternativa tenemos cuando se trata de perseguir aquello que queremos conseguir?

No hay posibilidad de no arriesgar, solo hay posibilidad de limitar el riesgo.

El caso de María, la Química

María se estaba licenciando en Química y en el último año de carrera percibió que le interesaba mucho la labor de consultoría: formar y asesorar a empresas y a otros y otras profesionales.

Se planteó hacer un programa formativo de gestión de calidad en su sector, lo que implicaba vivir en otra ciudad y hacer una inversión importante durante un año. Tal vez pudiera encontrar un empleo a tiempo parcial para sufragar o compensar el gasto. Habló con su familia y, no sin cierta ansiedad, finalmente decidió dar el salto.

Un año y medio después trabaja en una gran consultora internacional y, a pesar de que su empleo aún implica unos ingresos bajos, considera que su decisión fue muy acertada. El programa master que cursó, además de para certificarse, le permitió establecer relaciones con alumnos y alumnas que ya trabajaban en empresas reconocidas, uno de los cuales la recomendó para acceder a la empresa en la que trabaja actualmente.

¿No habría asumido María más coste de oportunidades perdidas quedándose en casa? No le llames riesgo, llámale inversión

Creencia de la inercia: “Es más seguro no salirme de mi zona profesional”

Y no tienes por qué salirte de nada. No dejes tu zona de confort, sigue con tus hábitos profesionales diarios, con los reconocimientos ya conocidos de jefes, jefas, compañeras y compañeros, con la rutina que te hace ser feliz o al menos no complicarte la vida.

Pero, ¿y si analizas otras alternativas profesionales, y si buscas o visualizas otras posibles zonas de confort que podrían ser un destino de futuro alternativo, solo “por si”?

Experimentar, recualificarse y estar abierto o abierta a otros escenarios permite seguir con tu agradable inercia pero reduciendo la dependencia.

Hasta que la inercia nos hace descarrilar no nos damos cuenta del peligro de dejarse llevar.

Creencia antiespecialización: “Si elijo pierdo oportunidades”

Si eres un profesional o una profesional en general, nunca te seleccionarán a ti en particular

Es posible que hayas decidido buscar empleo de “cualquier cosa”, pero tengo una noticia para ti: los empleadores y empleadoras están buscando profesionales de “cosas en concreto”. Y seleccionarán a aquellas personas que así lo muestren en su Curriculum y con su competencia profesional.

Una cosa es estar dispuesto o dispuesta a trabajar en cualquier actividad profesional, y otra es qué hacer para conseguirlo. Buscar empleo en general hace difícil que te seleccionen a ti en particular.

La creencia antiespecialización podría haberse llamado “creencia de la infidelidad”. Si eres “promiscuo o promiscua en tu vida profesional” y no te centras en objetivos, competencias, sectores o puestos concretos, es posible que te cueste encontrar un empleador o empleadora que quiera ser “tu pareja.”



Creencia de la baja demanda: “Si no encuentro es porque no hay”

Considero que tengo la suficiente formación y experiencia, creo que cumplo con los requisitos del mercado de trabajo y aplico las técnicas de búsqueda de empleo como debo, así que la conclusión es evidente: “Si no encuentro oportunidades es porque no hay empleo.”

Generalmente esta argumentación es tan impecable como errónea, pues no tenemos toda la información necesaria para obtener estas conclusiones, más si tenemos en cuenta la movilidad laboral como una alternativa para encontrar oportunidades.

Que en los últimos tiempos no hayas sido reclutado o reclutada, o invitado o invitada a una entrevista de trabajo no significa que esos procesos de selección no se estén produciendo, incluso en el ámbito geográfico que te interesa. Se realizan millones de contratos al año en España, y hay que recordar que la mayor parte de las ofertas de trabajo no son visibles, sino que en muchos casos los empleos se obtienen por contactos o por canales ocultos.

Siempre hay demanda, salvo que una profesión se haya extinguido. Otra cosa es que la competencia para acceder a esos empleos sea dura y las condiciones laborales que ofrecen, poco atractivas.

En todo caso, si a efectos prácticos consideras o confirmas que no hay oportunidades laborales adecuadas para tu perfil e intereses, solo te queda una solución: **la reinversión profesional.**

Si crees que ya no hay trabajo de lo tuyo, lo tuyo ha dejado de ser un trabajo. Si nunca pudiste trabajar de lo tuyo, lo tuyo nunca fue un trabajo.

Creencia de la inmediatez: “En cuanto me ponga lo consigo, pero es que todavía no me he puesto”

“Voy a promocionar en mi empresa rápido, ya verás. En cuanto me meta en el bolsillo al jefe y haga dos cursos me veo como supervisor de zona en dos meses.”

“Ya empecé a moverme. Me he presentado en persona a algunas empresas, les hablé hace unos días a algunos conocidos y conocidas de mi búsqueda de empleo y espero tener resultados pronto. Creo que si busco empleo durante las próximas dos semanas aplicando las técnicas de la forma en que me recomendó aquella orientadora conseguiré resultados.”

Cuanto más importante es un objetivo, más tiempo, esfuerzo y planificación cuesta alcanzarlo. Y al revés, cuanto más cuesta conseguir algo, más relevante suele ser. Cuidado con las expectativas que las carga la impaciencia.

La técnica aquí-te-pillo-aquí-te-mato solo consigue resultados que no merecen la pena

Creencia de los consejos generales: “Lo que vale para todos y todas, vale para mí”

EL médico de familia puede detectar la fiebre y darte aspirinas, pero vete luego a la especialista que seguro que podrá darte más datos sobre el problema.

Los manuales de autoayuda, búsqueda de empleo y desarrollo profesional están plagados de consejos generales, tópicos y obviedades. Espero que no encuentres demasiados en esta publicación ;)

Una recomendación no vale nada si no la haces tuya y la pruebas. La búsqueda eficaz de oportunidades debe ser adaptada a los objetivos y perfil de cada persona.

Lo que le sirve a Brad Pitt para ligar es probable que sea inefectivo en tu caso. Y lo digo de forma solidaria ;)

Creencia de la insistencia: “Cuanto más currículos envíe más posibilidades tengo”

“Llevo un par de años buscando empleo sin éxito pero tarde o temprano tendrá que llegar.”

O no. Depende de la eficacia de lo que haces. Tienes más posibilidades si tu perfil se ajusta a las oportunidades a las que optas, y utilizas las técnicas de búsqueda más adecuadas para los métodos de reclutamiento que se están utilizando.

Si en una determinada empresa o en un sector la búsqueda de candidatos y candidatas se hace por contactos o referencias internas, ¿de qué serviría hacer candidatura espontánea?

La diferencia entre tenacidad y tropezar tantas veces como sea necesario con la misma piedra está en la evaluación. No te preguntes si algo que haces tiene alguna utilidad, pregúntate si hay otra acción que podría ser mucho más útil.

La creencia de la insistencia también podría haberse llamado “creencia del activismo”, descrita como “siempre es bueno estar haciendo algo”. Descripción a la que podríamos añadirle un corolario aclaratorio:

Siempre es bueno estar haciendo algo... que sirva.

Creencia de la titulitis: “Hacer cursos siempre ayuda”

“Si soy universitaria tengo más posibilidades que si hago FP” ¿Más posibilidades para qué?

¿Los cursos que hiciste antes ayudaron? Si has hecho 7 cursos de formación generalista, todos diferentes, y ninguno te ha llevado al empleo, tal vez haya llegado el momento de dejar de hacer cursos de ese tipo. Nadie te recriminará esa decisión, seguro.

¿Cómo hubiera mejorado tu vida profesional dedicar esfuerzos e inversión a otras opciones en lugar de esos cursos convencionales?

Creencia de la orientación inútil: “No me servirá contar con asesoramiento”

No te servirá contar con un MAL asesoramiento.

Si ya has probado con un profesional o una profesional del asesoramiento y piensas así, tal vez deberías probar con otro u otra profesional ;)

9. ANEXO. REGLAS para un curriculum o una presentación profesional eficaces

(Material de trabajo del Manual #FPOrienta)

NOTA. Este material de trabajo tiene como objetivo proporcionar contenidos, actividades prácticas y casos, solo a modo de EJEMPLO o inspiración, que puedan formar parte de métodos y acciones de orientación profesional

Te presento las reglas que toda presentación profesional debe seguir para ser más efectiva, ya sea online o de forma convencional, en un curriculum, en un correo, en una conversación, en un blog o en las redes sociales.

Regla de oro: ¿Qué vendes?

Resalta en primer lugar, en el espacio más destacado y en el momento más importante lo que quieres vender, los servicios que prestas, tus habilidades. A veces, es lo único que debes especificar y es lo que más te interesa a ti y a tus clientes y clientas potenciales.

Regla del valor. No mejores tu CV, mejora tu vida profesional

No intentes mejorar tu vida profesional elaborando “buenos currículos”, mejora tu curriculum desarrollando una buena vida profesional. El curriculum es sólo una herramienta de presentación profesional, un resumen de tu trayectoria que en el mejor de los casos representa bien tu marca y tus virtudes profesionales.

Una presentación profesional atractiva motivará su lectura o su visionado, si se trata de un vídeo, pero no implica una candidatura atractiva necesariamente. Si tu profesionalidad y especialización son bajas, eso es lo que reflejará tu curriculum, y aunque intentes adornarlo tendrás difícil competir con otros candidatos y candidatas más cualificados.

Regla de la especialización. Si eres especialista en todo, no eres profesional de nada

Una presentación, curriculum o reseña profesional descritas de forma genérica o poco especializada no facilita a tus potenciales clientes y clientas confirmar la marca con cla-

ridad, lo que les obligará a hacer un esfuerzo de revisión de tu trayectoria y experiencias para reconocerla.

Un curriculum genérico te descarta siempre porque nadie busca “profesionales en general”, sino profesionales de sectores específicos que solucionan problemas concretos.

Regla del networking. LinkedIn ya es tu curriculum oficial

Te guste o no. El perfil LinkedIn se ha convertido en una herramienta estándar de presentación y selección, que además permite compartir y usar tu contenido profesional en muchos otros servicios y aplicaciones 2.0 de empleo que son compatibles.

Completar y actualizar tu perfil profesional en LinkedIn es un ejercicio de presentación profesional que exige un análisis.

Un análisis de tu trayectoria, la definición de los servicios y competencias que quieres ofrecer, de tus objetivos, y la selección de los perfiles de usuarios, usuarias, empleadores y empleadoras a los que te quieres dirigir. Una de las ventajas de la Web 2.0 y de esta red social en particular es que puedes inspirarte y aprender de las presentaciones y perfiles publicadas por otros y otras profesionales que están en tu mismo ámbito de actuación.

LinkedIn es más difícil de adaptar a cada oferta.

La mayor limitación que sufre LinkedIn como herramienta para postularte como candidato o candidata que busca empleo o presta servicios, es que no puedes adaptarlo fácilmente. Sería muy trabajoso y poco práctico ir modificando, añadiendo u ocultando información en función de la oportunidad profesional a la que te presentas.

Para adaptar tu perfil LinkedIn a cada oferta, usuario o usuaria sí parece razonable modificar provisionalmente el titular. Algo es algo.



Regla de la visibilidad. Lo más importante, más arriba o más fácil de ver

Sitúa los logros, méritos y contenidos más relevantes en la zona más 'alta' o visible de tus documentos, contenidos, websites o herramientas online de presentación profesional.

Regla de la experiencia. Lo que hiciste cuenta más que lo que dices saber

La experiencia práctica tiene más valor que la formación, y la experiencia remunerada más que las colaboraciones u otro tipo de actividades.

Regla de los logros. No cuentes tu tarjeta de visita, muestra lo que conseguiste

La descripción concreta de objetivos alcanzados y proyectos desarrollados tiene más peso profesional que la de nombres de puestos y funciones desempeñadas.

Regla de la acreditación. Lo que puedes demostrar es tu mejor currículum

Da más visibilidad a los méritos que puedes acreditar de forma oficial o mediante testimonios directos de usuarios, usuarias, empleadores y empleadoras.

Regla del objetivo. Busca las organizaciones y oportunidades que hacen tu currículum mejor

Concreta QUÉ puedes ofrecer y será más fácil encontrar DÓNDE ofrecerlo, qué organizaciones ofrecen puestos y funciones que se adaptan a tu perfil en las que puedes batirte con posibilidades con otros candidatos y candidatas.

Regla de la concreción. Si no especificas lo que sabes parecerá que no lo sabes

Procura en tus presentaciones que las experiencias, competencias, intereses o cualquier tipo de conocimiento que detalles sean poco numerosas y muy concretas. Si pones demasiadas parecerá que estás exagerando tu cualificación. Las generalidades utilízalas sólo para responder a las preguntas difíciles de las entrevistas de selección ;)

Regla de la pertinencia. Muestra solo lo que piden o les interesa

Resalta en tu presentación el valor de los méritos más relacionados con las demandas del empleador o empleadora, o de los usuarios o usuarias. Una presentación o CV amplio puede ser negativo si no muestra una trayectoria coherente y focalizada respecto a los requisitos de la oportunidad profesional a la que se opta.

Es más eficaz presentar una reseña breve de presentación profesional muy adaptada al puesto de que se trate, solo con las experiencias, cualificaciones y datos realmente relevantes y relacionados con el puesto, que una completa guía de tu vida profesional. En esa reseña siempre puedes ofrecer más datos y links que amplíen la información.

Regla de la autenticidad. Si "adaptas" tu presentación profesional, prepárate para defenderla

@luisftenorio también tuiteó que el momento en que un ser humano está más cerca de la perfección es cuando presenta un currículum. Las mentiras, medias verdades, omisiones, maquillajes y adaptaciones con las que intentamos mejorar nuestra candidatura son más

justificables en la medida en que no se dirigen a simular que se cumplen los requisitos más importantes exigidos por la oferta.

- *Todo el mundo embellece un poco el currículum...*

- *¿Pero es usted Batman o no?*

(Tuit de @jaimerubio)

Regla de los contenidos 2.0. La mejor presentación profesional es la que NO se hace

El empleo 2.0 no lo buscas, te encuentra.

Y en esa misma línea, el mejor currículum no es el que presentas sino el que descubren: tu blog, tu Twitter, tu LinkedIn... Un **curriblog** o blog que muestra o representa tu currículum es una de las mejores presentaciones posibles. Ningún profesional 'necesita un blog', pero un blog puede hacer que muchos 'te necesiten' como profesional.

Tu forma de presentación incluye contenidos representativos de tu profesionalidad; un portfolio de obras visuales, si es el caso, accesible en Flickr o Pinterest; un timeline en Twitter o un muro en tu página Facebook muestra tus aportaciones, conversaciones y contenidos publicados, relacionados con el perfil profesional que te interesa; las interacciones, contactos, grupos y recomendaciones recibidas que muestra tu perfil en LinkedIn...

Todas las conversaciones y contenidos que publicas e intercambias en Internet forman parte de tu reputación y profesionalidad. Todas las conversaciones que mantienes en las redes pueden formar parte de entrevistas de selección indirectas. Ocúpate de que tus usuarios y usuarias encuentren los contenidos que confirman la marca personal y la valía profesional que les quieres transmitir.

Regla del storytelling. No leas tu currículum, cuéntalo

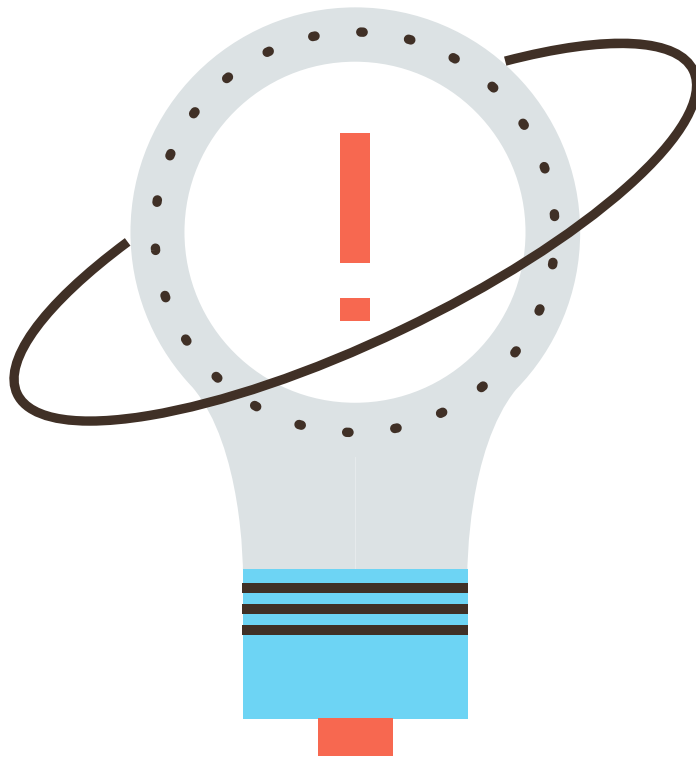
Los usuarios y usuarias recuerdan las historias y olvidan los currículos. No conviertas tu trayectoria en una mera lista de experiencias y acreditaciones. El storytelling aplicado a la presentación profesional se resumiría en esa frase. Algunos currículos son más recordados y valorados que otros precisamente porque están organizados alrededor de una o varias historia.

No digas qué haces bien, cuenta una historia profesional que lo "demuestre"

Regla de la prueba. El mejor storytelling es el storydoing

Un producto vale más que mil currículos. Las historias fomentan el recuerdo y generan un perfil atractivo del candidato o candidata, pero son las pruebas de profesionalidad las que ponen en valor la candidatura. Muestra de forma prioritaria los contenidos, productos y servicios tangibles prestados o elaborados en tu trayectoria profesional: una app para un móvil Android o iPhone, una campaña publicitaria para una empresa, un diseño, un plan contable-financiero...

Muestra tus competencias actuales. El currículum no es lo que has hecho sino lo que sabes hacer mejor ahora. Los usuarios y usuarias valoran no tanto tu historial como los logros y experiencias recientes y tus competencias actuales.



“En la entrevista tras la que me seleccionaron para el puesto que ocupo actualmente, me preguntaron si tenía móvil y acabé por enseñarles todas las aplicaciones que utilizo.” (Comentario de Nata.Li en una publicación de un perfil en LinkedIn)²⁶

Regla de la recomendación. Lo que dicen de ti te presenta mejor que lo que dices de ti

Las experiencias, competencias y méritos que vienen avaladas por profesionales u organizaciones más conocidas o reconocidas deben estar mejor posicionadas en una presentación profesional, especialmente cuando provienen de usuarios, usuarias, directivos, directivas, jefes o jefas más que de compañeros, compañeras, colaboradores, colaboradoras, proveedores o proveedoras. Las recomendaciones actúan como marcadores de reputación profesional.

Regla de la efectividad. La mejor presentación es la que funciona

Puedes realizar presentaciones creativas o convencionales, clásicas o innovadoras, pero al final debes elegir las que mejor funcionen para el objetivo que pretendes.

Regla de la imagen. Mejor verlo que leerlo

Las presentaciones profesionales mediante ilustraciones, infografías, imágenes, PowerPoints o Keynotes, vídeos y contenidos audiovisuales de cualquier tipo facilitan la comunicación y pueden ser una muestra más de profesionalidad independientemente de la ocupación, competencias o sector específico del candidato o candidata, porque presuponen las competencias necesarias para elaborar esas presentaciones y gestionar y diseñar la información y contenidos que incluyen.

²⁶ <http://www.linkedin.com/in/alfonsoalcantara>

Un vídeo Currículum debe ser una impresión, no un listado.

Adapta la presentación de tus logros y méritos profesionales al nuevo formato que supone el vídeo Currículum. El contenido de una presentación en vídeo no debe ser un mero directorio de acreditaciones y experiencias sino una historia expresada en imágenes.

Regla antitiempo. No presentes una cronología, haz una presentación de méritos

Un Currículum organizado de forma cronológica es más fácil de elaborar pero menos adecuado para tus intereses, porque centra al seleccionador o seleccionadora, o al usuario o usuaria, en el análisis de tu coherencia profesional en lugar de focalizarlo en tu marca personal actual, en el profesional o la profesional que eres ahora o que quieres ser.

Un diseño cronológico no hace posible situar en las partes superiores del currículo las experiencias que quieres resaltar (regla de la Altitud).

Organiza tu Currículum o presentación profesional de manera funcional, más que cronológica, destacando las experiencias y méritos más relacionados con los intereses del usuario o usuaria y el perfil de la oferta.

Una organización funcional evita dar visibilidad a los gaps temporales, esos huecos de inactividad en la vida profesional o de contenidos alejados de la marca profesional actual. Si tu Currículum cronológico es coherente con el Currículum funcional que quieres presentar entonces no hay nada que adaptar.

Regla del atractivo. A igualdad de condiciones gana la presentación más guapa

A veces una candidatura menos cualificada que otras tiene más posibilidades de superar filtros iniciales de selección si resulta muy atractiva. Una presentación cuidada y personalizada que requiere una importante inversión en tiempo y recursos, también es un indicador per se de la motivación del o la profesional por la oferta del empleador, empleadora, o del usuario o usuaria, frente a otras candidaturas de 'copia-pegar'. Algunos arreglos pueden aumentar el atractivo de un Currículum o presentación profesional inicial.

- » Una candidatura enviada por correo electrónico que incluye un asunto motivador y una imagen (por ejemplo, una infografía) en el cuerpo del mensaje;
- » Un vídeo Currículum muy elaborado adaptado solo para un empleador, empleadora, usuario o usuaria;
- » Una infografía que muestra tus logros y puntos fuertes;
- » Un "curríblog" (blog con función de Currículum) de gran calidad;
- » Una estrategia de presentación de documentos en papel y/o manuscritos y/o de 'pruebas profesionales' lujosamente empaquetadas y enviadas por correo postal;
- » Una 'actuación' o demostración en vivo de habilidades a los usuarios, usuarias, empleadores o empleadoras...

Regla de la brevedad. Nadie se quejará de que una presentación sea demasiado corta

Me decía aquella vez monseñor Casaroli (Secretario de Estado Vaticano) que todo buen predicador debe plantear a su interlocutor o auditorio un máximo de tres cuestiones, para que mantengan la atención.

-¿Cómo, entonces los mandamientos de la ley de Dios, son 10?, le pregunté.

-Usted sabe, respondió, que se resumen en dos.

(Felipe González, ex Presidente del Gobierno)²⁷

Sé conciso, nadie lee mucho en Internet.

La brevedad es símbolo de reputación: cuanto más profesional eres, más breve es tu currículum. Si tu trayectoria ocupa 10 páginas puede parecer que estás empezando ;)

A efectos de reputación, cuanto más reconocida es tu profesionalidad menos tienes que demostrar, cuanto más experiencia tienes más breve debe ser tu presentación. Es el caso, por ejemplo, de Antonio Gutiérrez Rubí en Twitter que, a pesar de su larga trayectoria, se describe escuetamente en Twitter (@antonigr): “Asesor en comunicación”.

La profesionalidad se presenta con brevedad, aunque la brevedad en una presentación no implica profesionalidad. Las presentaciones breves tienden a mostrar autoridad, aunque es cierto que solo se las pueden permitir profesionales que ya cuentan con un cierto grado de notoriedad. No todo lo breve parece más profesional, pero es una tendencia a considerar.

Regla del minicurrículo 2.0. Tus perfiles sociales son tu presentación

Una presentación 2.0 es una presentación profesional especialmente breve adaptada para las redes sociales y para su inclusión en espacios reducidos. El campo ‘biografía’ en Twitter debe ajustarse a los caracteres permitidos, y la ‘firma’ incluida en tus correos electrónicos sería interesante que no fuese más extensa que el texto de los propios correos, ¿verdad? **¿Cómo hacer una presentación efectiva en formato Twitter?** Para ello, responde a estas preguntas.

1. Qué vendes, qué haces. Especifica tu perfil profesional, marca, ocupación, competencias, servicios o productos. Resalta en primer lugar lo que sabes hacer, qué quieres vender.
2. Para quién lo haces. Detalla la empresa, empleador, empleadora, o usuarios, usuarias actuales para los que trabajas o querrías trabajar. Puedes especificar aquí el puesto en tu organización pero no antepongas la marca de tu empresa a tu propia identidad profesional, asígnales la misma importancia en tu presentación. Si en tu presentación breve solo especificas el “cargo” o puesto de trabajo en tu empresa actual y no describes también tu perfil profesional o tu marca, cuando no trabajes en esa organización, ¿no serás nadie?

²⁷ El Periódico, 241104

3. Si lo mejor que puedes decir de ti como profesional es que trabajas en una determinada empresa preferirán conocer a la empresa antes que a ti.
4. Quién eres. Cuenta algo personal. Dale un toque no profesional a tu descripción. Puedes contar tus gustos musicales o televisivos, especificar tu deporte favorito, la pasión por tu perro o la mala relación con tu gato ;)

Si quieres tener posibilidades de poder explicarte en detalle, empieza dando pocos detalles. Si no sabes presentarte en pocas palabras, en pocas imágenes o en pocos ejemplos, tal vez no te conoces tan bien como crees.

Si a pesar de la lógica de esta regla, prefieres enviar o presentar toda la información posible, por ejemplo, mediante un currículum en PDF o un contenido en una página web, podrías hacer una presentación mixta: presenta un CV breve (podría llamarse 'Reseña profesional') resumido en una página o menos, y presenta como anexo o complemento un 'Currículum detallado' más amplio y que incluya todos los documentos que desees.

De esta forma tú 'te quedas tranquilo o tranquila' al aportarlo 'todo', y las personas destinatarias conocerán tu perfil con más probabilidad.

Regla de la usabilidad. No te obligues a hacer un currículum "innovador", mejor presenta uno fácil de revisar

Un seleccionador o seleccionadora tarda 6 segundos en aceptar o rechazar tu currículum: ajústalo a lo que quiere encontrar.

Éste es el tiempo que se supone que pasa un reclutador o reclutadora expertos analizando el currículum de un candidato o candidata. En un estudio²⁸ realizado por @theladders en 2012, se hizo un análisis del seguimiento ocular de los y las profesionales de la selección de personas mientras revisaban currículos de los candidatos y candidatas.

La mayoría de las personas que buscan trabajo piensan que los seleccionadores y las seleccionadoras dedican al menos 4 ó 5 minutos a repasar su historial, pero parece que en realidad solo invierten unos 6 segundos antes de tomar una decisión de filtrado en una primera fase.

Al parecer, los y las profesionales de reclutamiento son muy hábiles focalizando rápido su búsqueda en la información relevante, y no considerando otros aspectos relacionados con el formato, diseño y otras características visuales.

Para David Monreal @david_monreal, profesional de Infojobs, lo importante en esa primera fase de "encaja/ no encaja" es no salirse demasiado del formato habitual, para que el reclutador o reclutadora encuentre lo que busca y poder pasar a la siguiente fase del proceso de selección²⁹.

Estas conclusiones relativizan el valor de los nuevos estilos de presentación que ofrecen las aplicaciones 2.0. de búsqueda de empleo, y las herramientas de candidatura online.

²⁸ <http://info.theladders.com/our-team/you-only-get-6-seconds-of-fame-make-it-count>

²⁹ <http://www.davidmonreal.com/los-cv-s-graficos/>

Incluso cuando los y las profesionales de la selección están realmente cualificados, ponerles más fácil la revisión de tu CV que otros candidatos y candidatas competidores puede ser clave, sobre todo cuando estos competidores y competidoras pueden estar más cualificados o cualificadas que tú. Cualquier detalle cuenta.

Aprovecha tus 6 segundos de fama resaltando de forma accesible y específica en el currículum los contenidos profesionales más relacionados con el puesto del que se trate.

Regla de la accesibilidad. Si quieres que te conozcan, ponlo fácil

Si envías tu candidatura mediante un correo-e, no adjuntes tu currículum solo como documento anexo, incluye también un asunto que describa el contenido, una reseña breve y/o incluso una imagen (por ejemplo, una infografía) en el cuerpo del mensaje que ofrezca los datos más importantes y motive al destinatario o destinataria a abrir ese documento y a no considerarlo portador de un virus ;)

Enlaza frecuentemente para facilitar la ampliación de información en lugar de dar demasiada información en un mismo documento o contenido. Si mencionas tu papel como desarrollador o desarrolladora de una app, enlázala; si has sido responsable del avance de un departamento de una determinada organización, incluye un link a esa empresa o a algunos de sus productos o servicios.

Regla de la insistencia. Preséntate mucho

Sube a más ascensores. Ya sabes que un elevator pitch es el término anglosajón que describe una presentación profesional tan breve que puede hacerse en lo que dura un trayecto en ascensor.

Es importante hacer buenas presentaciones, pero mucho más es ponerlas en práctica. Si tu presentación es buena, tendrás mucho éxito. Si tu presentación es mala, aprenderás rápido a mejorarla.

Los logros en la vida profesional dependen en gran parte del número de ascensores en los que te montas y del tipo de ascensores que eliges.

Elizabeth Holmes es la primera mujer que consigue 1000M \$ por sí misma y la más joven en entrar en la lista 'Forbes' de los más ricos de Estados Unidos. Tuvo que realizar más de 200 llamadas usando una presentación en formato de historia antes de conseguir un inversor para su proyecto, Theranos, que ha puesto punto final a las agujas y a los tubos con muestras de sangre.³⁰

Regla del humor. La sonrisa es el atajo universal

Si puedes presentarte con humor e ingenio, demostrarás que los tienes ;)

30 http://elpais.com/elpais/2014/10/09/estilo/1412852795_744330.html

10. ANEXO. “HAZTITUD” PROFESIONAL

(Material de trabajo del Manual #FPOrienta)

NOTA. Este material de trabajo tiene como objetivo proporcionar contenidos, actividades prácticas y casos, solo a modo de EJEMPLO o inspiración, que puedan formar parte de métodos y acciones de orientación profesional

HAZTITUD. La mejor actitud es hacer

Eres un o una “súper profesional” con el poder de la “haztitud” si te sientas como te sientas haces lo que debes, lo que tienes previsto hacer.

La haztitud incluye cinco grandes tipos de competencias:

1. CAMBIO. La habilidad y actitud para el cambio en lugar de la queja
2. VALORES. La habilidad para conocer sus verdaderos valores y perseguirlos.
3. HAZTITUD CONDUCTUAL. La habilidad para reconocer que la mejor actitud es la haztitud: hacer en lugar de pensar o creer.
4. PENSAMIENTOS. La habilidad para organizar la vida haciendo y no pensando.
5. ACEPTACIÓN. La habilidad y la actitud de aceptación de los pensamientos y emociones negativos para seguir avanzando.

10.1. Cambiar, aceptar o quejarse: elige tu actitud

En cualquier escenario vital o profesional solo tenemos tres opciones y solo hacemos alguna o varias de estas tres cosas: **cambiar, aceptar o quejarnos**.

Ojo, que las tres pueden combinarse. Podemos intentar cambiar o mejorar una situación a la vez que aceptamos las cosas como son. Y también perseguir un objetivo o intentar superar un obstáculo a la vez que nos quejamos de nuestra mala suerte. Somos multitarea ;)

Cambiar. Es actuar hacia la consecución de un objetivo o hacia la solución o evitación de un problema

Como cuando planificamos promocionar en nuestra empresa o cuando buscamos una mejor alternativa profesional porque la actual no nos deja crecer o mejorar.

Aceptar. Es actuar para permanecer en una situación que has decidido no cambiar

Esa decisión de aceptación puede ser provisional o definitiva. La versión triste de la aceptación es la resignación: consideras que no puedes cambiar.

Aceptas cuando sigues desempeñando un puesto de trabajo que no te gusta porque consideras que optar a otras alternativas implica más esfuerzo del que estás dispuesto o dispuesta a hacer.

Te resignas cuando permaneces como empleado o empleada en una organización porque consideras que no tienes mejores alternativas profesionales.

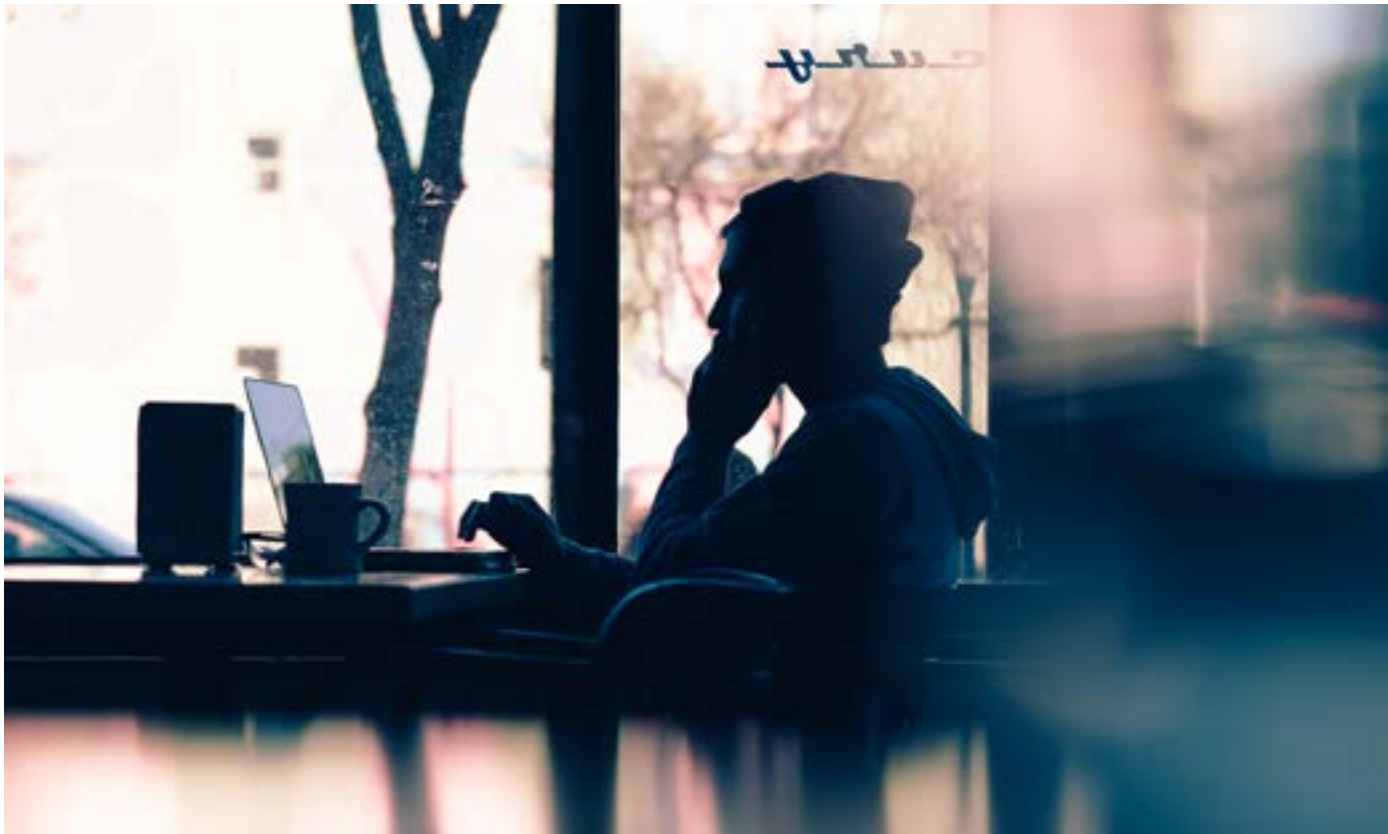
Hay veces que la vida no te deja margen ni para la dignidad, mucho menos para la satisfacción. Aceptar las cosas implica que tienes margen para hacerlo, pero muchas personas solo pueden sobrevivir.

Quejarse. Es no cambiar ni aceptar

Como cuando todas las mañanas acudes de mal humor a la oficina quejándote del mundo y de tu mala suerte. No importa si con razón o no.

El problema es que las quejas no cambiarán las cosas. A veces, no podemos y lo aceptamos.

A veces, no lo intentamos y nos resignamos. A veces, no estamos tan mal como queremos creer y hasta lo disfrutamos.



10.2. VALORES ¿Qué crees que te importa y qué te importa de verdad?

Decide tu estilo de vida: ¿Eres Bill Thornton o eres Angelina Jolie?

Te amo, pero soy tan feliz sin ti... El actor Billy Bob Thornton reveló hace unos años³¹ que la razón de su divorcio con la actriz Angelina Jolie no fueron sus infidelidades, como se especuló, sino razones más existenciales. Al parecer, ella quería salvar el mundo y él quedarse en casa viendo la televisión. La pareja se separó sólo tres años después de su enlace por diferencias irreconciliables:

-Nunca la engañé. Teníamos una gran relación, nos amábamos, pero teníamos proyectos vitales diferentes.

El consumo de televisión en España en 2013 fue de 244 minutos de media al día por persona³². Eso significa que un ciudadano español o ciudadana española pasa unas 4 horas delante de la tele. Sin duda, Thornton encontraría en nuestro país el estilo de vida que más le gusta.

Pregúntate qué te gustaría hacer más de lo que ya te gusta hacer ahora

31 http://elpais.com/diario/2007/02/11/agenda/1171148402_850215.html

32 Según datos de kantarmedia.com

Alinea vida y valores: caso del “periodista funcionario”

Tras un evento sobre productividad en el que participé en Barcelona en 2010, estuve charlando brevemente con un profesional al que había conocido gracias a Twitter. Estudió periodismo pero no ejercía como tal, sino que trabajaba como funcionario administrativo.

-Me ha gustado tu charla –dijo-, especialmente esa parte en la que explicas que ser productivo tiene que ver con perseguir tu estilo de vida. No estoy muy contento profesionalmente, me gustaría crear un medio digital, pero estos años he decidido tener una vida adecuada para poder disfrutar, de verdad, de mis tres hijos. Tal vez más adelante pueda reinventarme profesionalmente.

Decide qué es lo primero e intenta organizar tu vida para ser consecuente con esa decisión.

10.3. HAZTITUD La mejor actitud es hacer

Cuando pedimos un ‘cambio de actitud’ en realidad pedimos un cambio de comportamiento

En lugar de pedirnos y pedir a los y las demás que mejoren su actitud, diles qué tienen que hacer para mejorar ¿Por qué tendemos a hablar de actitudes en lugar de comportamientos?

Según el diccionario de la RAE, la actitud es la “disposición de ánimo manifestada de algún modo”, lo que viene a decir que es el ánimo o un factor que “TENEMOS dentro” el que nos lleva a comportarnos de una forma u otra.

Caso Peláez: “No me gusta su actitud”

Cuando la jefa Peláez le dice al empleado Fernández “no me gusta su actitud, no se está tomando las cosas en serio ni se esfuerza lo suficiente”, le traslada una crítica pero no una propuesta con indicaciones de mejora. Estas generalidades conseguirán desanimar al trabajador pero no mejorarán su comportamiento. Será más efectivo si Peláez le comunica su sugerencia de esta otra forma:

-Cuando llegas al trabajo no te pones inmediatamente con las tareas previstas y eso retrasa al equipo. ¿Qué te parece si revisaras tus asignaciones en la intranet en cuanto llegues a la oficina a las 9am y las gestionarás antes de las 9.30am? Ya verás como este pequeño cambio aumentará la productividad gracias a ti

Describir comportamientos evita malos rollos y malentendidos, y es mucho más efectivo cuando se trata de cambiar y mejorar. También podemos aplicarlo con nosotros y nosotras mismas: no te culpes o te critiques por “SER como eres” o por tener malas actitudes, ponte como objetivo HACER aquello que te ayuda a avanzar y a sentirte bien en lugar de lamentarte por tu actitud o tu personalidad.

Caso Eneritz: La actitud es una competencia, no una emoción

Acabo de quedarme en paro después de 11 años en la misma empresa. No he fallado en mi trabajo o por lo menos ni más ni menos que el resto, pero me ha tocado la “mala suerte” o “la buena”. En este mes que llevo desempleada la primera conclusión que he sacado es precisamente esa: ¡cada día un objetivo!

Elaborar el CV, dar el paseo matinal, hacer una lista de mis contactos, escribir mis objetivos, planificar la compra de la semana para reducir el gasto al mínimo... El caso es que me he dado cuenta de que mi ACTITUD cambia si me planteo algo y lo hago. Creo que acción y actitud van unidos.

Este comentario de Eneritz³³ en Yoriento.com expresa muy bien que nuestras actitudes son competencias, son consecuencias o descripciones de lo que hacemos y de cómo lo hacemos. Si nos paramos a pensarlo, nuestras actitudes son hábitos, son formas consolidadas de comportarnos de una determinada forma en una determinada situación.

La ‘buena actitud’ es una consecuencia, no es una causa. Si quieres mejorar tu actitud mejora tu comportamiento

Actuar como se debe el tiempo suficiente genera que la actitud y las ganas surjan de forma automática en los contextos apropiados, aunque los demás y las demás creen que es producto de una decisión.

¿Existen personas que ‘eligen’ no tener una buena actitud? ¿O es que aún no han tenido las oportunidades o las habilidades para aprenderla y fortalecerla?

No intentes *cambiar tu actitud*, céntrate en lo que tienes que hacer para generar la actitud que quieres.

6 tipos de conductas de la buena actitud: ¿cuántas haces?

1. Acción e iniciativa versus inactividad y espera: “Mejor pedir perdón que pedir permiso”

Tendemos a describir como una actitud adecuada, en casi cualquier contexto, el tomar acción para obtener resultados, frente a una postura pasiva, teoricista o de mero análisis.

Esta inclinación a hacer, más que a pensar de forma improductiva, incluye la búsqueda de alternativas, probar y experimentar para la resolución de un problema o alcanzar un determinado logro.

El término proactividad es un **palabro** utilizado con frecuencia en el ámbito del management y los RRHH, pero no deja de ser un sinónimo fashion de iniciativa. Son valorados los y las profesionales que toman iniciativa más allá de sus obligaciones formales o contractuales. Una persona proactiva mostraría conductas relacionadas con la prevención, la anticipación, la toma de decisiones y la acción sin esperar a recibir instrucciones e información de los y las superiores en la escala jerárquica de la organización.

33 <http://yoriento.com/2009/05/la-autoayuda-no-ayuda-522.html/#comment-22497>

2. Aceptación, resistencia y adaptación versus queja y crítica negativa

La aceptación-adaptación es otro tipo de comportamiento muy representativo de una buena actitud, muchas veces llamada también **actitud positiva**.

Las personas que buscan alternativas para aceptar, adaptarse y superar situaciones adversas o problemáticas, en lugar de mostrarse quejosas y pasivas, son especialmente valoradas social y profesionalmente, tanto que aparentar o mostrar actitud positiva en cualquier situación se ha convertido en la pose por excelencia de principios del siglo XXI, una tendencia que culpabiliza y sojuzga a quien no lo hace.

También el tipo de comportamientos relacionados con la insistencia y el esfuerzo continuado para enfrentar o superar el fracaso y perseguir logros son considerados como una muy buena actitud: **la actitud de no rendirse**. Este tipo de conductas de resistencia se viene etiquetando con el término **resiliencia**.

3. Contexto versus universalidad

La valoración de un comportamiento como bueno o malo, eficaz o no eficaz depende del contexto. La tendencia a tomar iniciativa en lugar de esperar es generalmente valorada como positiva, pero en un entorno en el que se tienda al ‘activismo’ o a la sobreactividad, podría considerarse una buena actitud mostrar reflexión y análisis antes de la acción.

Aunque algunas competencias sean valoradas potencialmente como ‘buena actitud’, importa también ponerlas en juego en el formato y la intensidad adecuada para cada contexto, como ocurre con las habilidades sociales. Ser una persona divertida e ingeniosa es adecuado cuando no te pasas de gracioso. Y ese límite depende de la compañía y el momento.

Tomar iniciativa para realizar propuestas motu proprio en el trabajo puede considerarse positivo como muestra de profesionalidad y motivación. Pero también, en función de la situación, podría verse como arrogancia si no revisaste antes las propuestas que ya hicieron otros compañeros y compañeras respecto al tema de que se trata.

4. Motivación autónoma versus dependencia

El concepto “buena actitud” es aplicado con frecuencia a las personas que están motivadas por alcanzar la excelencia en su desempeño profesional más allá de la obtención de un salario o de los incentivos contractuales relativos a ese desempeño.

Este estilo motivacional los convierte en profesionales que suelen tomar iniciativa más allá de sus obligaciones formales respecto a funciones y dedicación, una actitud mucho mejor valorada por los jefes, jefas, usuarios o usuarias de estas personas que por sus compañeros, compañeras, competidores o competidoras menos motivados, motivadas, o menos competitivos o competitivas.

5. Colaboración versus individualismo

También son considerados componentes de una buena actitud los comportamientos que muestran interés por alcanzar objetivos comunes del grupo de trabajo o de la organización, y que dedican esfuerzos y preocupación por el bienestar y las buenas relaciones de compañeros, compañeras y personas cercanas.



La valoración de esta inclinación ética y colaborativa depende, como ya sabemos, del contexto y del perfil de organización de la que hablemos. Pero de cara a la galería pocos y pocas profesionales no la calificarían como una buena actitud.

6. Sociable versus insociable: la sonrisa como buena actitud

La apariencia muchas veces es más que suficiente. Sonreír abre muchas puertas y las mantiene abiertas más tiempo. Esta competencia es una de las llamadas **habilidades sociales** que forman parte de la buena actitud que los y las demás perciben con más facilidad.

Las habilidades sociales más influyentes en las relaciones personales y profesionales cotidianas son, precisamente, la sonrisa, el mantenimiento de conversaciones sin crítica y la capacidad para reconocer, halagar y poner en valor a otras personas.

Experimenta. ¿Y si lo haces de todas formas?

No hagas de la búsqueda de la perfección una excusa perfecta para no empezar. Pregúntate: ¿Y si lo intento, y si simplemente empiezo a hacerlo?

Estas preguntas funcionan como herramientas de impulso para la acción, motivan a probar opciones por insignificantes, inútiles, extrañas o improbables que a priori nos parezcan o les parezcan a otras personas. Previenen que rechacemos de forma casi automática o demasiado pronto las opciones que se nos presentan.

En el 80% de los casos, el éxito sólo consiste en presentarse a la cita. Esta reflexión de Woody Allen nos pone en la pista de que a veces será suficiente con intentarlo. Se trata de probar a modo de experiencia piloto, con un esfuerzo y una inversión mínimos, y ver qué pasa.

No analices tanto, simplemente prueba. Cuando no sepas qué hay que hacer, empieza a caminar.

¿Sobreenálisis? Ya sabemos lo que tenemos que hacer, lo que pasa es que no lo hacemos. Recomendó Andrés Pérez @marcapersonal que en lugar de preguntar qué va a pasar, pregúntate qué voy a hacer. Avanza. En caso de duda, actúa: da el siguiente paso pequeño.

Cuando quieras motivarte para empezar, elige una tarea suficientemente pequeña que no puedas no realizar.

Luther King alentaba a dar el primer paso “con fe”. Más allá del fondo religioso de la afirmación nos interesa constatar que no es necesario ver toda la escalera para subir el primer escalón. Ese pequeño avance nos dará un poco más de perspectiva y, lo más importante, creará la inercia de la subida. El proyecto profesional y no profesional más largo y difícil que hayas recorrido empezó con ese primer paso que desencadenó todo y que, tal vez, no fue fruto de una decisión especialmente meditada ni que pensaste fuese a tener la proyección que tuvo.

¿De dónde sacar motivación cuando no se tiene? De los pasos pequeños, que no necesitan fuerza y llevan a los grandes

Dedicación. Concédete el plazo necesario para alcanzar tu objetivo

Si estás avanzando, dale a tu objetivo el tiempo que requiera a menos que decidas que ya no es tu objetivo

En lugar de inflar nuestras expectativas y hacer brindis al sol sobre lo que podemos o no alcanzar, prefiero hablar de plazos y de recursos: *¿qué estamos dispuestos y dispuestas a invertir para alcanzar un objetivo?*

Cuando te lamentas, *ojalá tuviera más tiempo para dedicarle a mi proyecto, así no voy a terminar nunca*, corres el peligro de usar esa queja o pensamiento negativo como una excusa encubierta para abandonarlo. Una forma alternativa de afrontar el desánimo en la persecución de una meta podría ser utilizar la regla de las 10.000 horas.

La regla de las 10.000 horas.

El periodista Malcolm Gladwell hizo popular gracias a su libro “Outliers” la ‘regla de las 10.000 horas’ que especifica la supuesta dedicación requerida para que una persona se convierta en especialista en una determinada materia o competencia. Por curiosidad, he hecho los cálculos.

- » 3 años x 365 días = 1095 días x 9,13 horas/día
- » 5 años x 365 días = 1825 días x 5,48 horas /día
- » 10 años x 365 días = 3650 días x 2,73 horas/día
- » 20 años x 365 días= 7300 días x 1,37 horas/días

Podríamos llegar ser unos y unas grandes profesionales en 5 años dedicando unas 6 horas diarias, eso sí, incluidos fines de semana. Si el hito lo ponemos a 10 ó 20 años la cosa se vuelve mucho más asequible.

Obviamente, alcanzar esa experticia dependerá no solo del tiempo dedicado sino también de contar con las herramientas, contenidos y experiencias adecuadas para aprender, pero estas cifras ya dan pistas, ¿verdad?

Podemos comparar esos 5 años de esfuerzo con la dedicación volcada en la obtención de una licenciatura o un grado universitario, que incluye unas 3000 horas lectivas, a las que habría que añadir la dedicación complementaria y particular de cada estudiante, que efectivamente podría llegar a esas 10.000 horas.

Seguramente tú también tendrás la sensación de haber salido de la universidad siendo más un titulado o titulada que un o una especialista, más un graduado o graduada que un o una profesional cualificado en una materia. Durante la carrera tal vez no aprendimos con la eficiencia que nos hubiera gustado, por muchas miles de horas que pusierámos en el empeño.

Metáfora del aparcamiento. ¿Qué pasa si hago lo que debo pero los resultados no llegan?

Imagina que vuelves a tu ciudad tras un largo viaje en coche. Se te ha hecho de noche y estás rumiando que seguro te será difícil encontrar aparcamiento en tu barrio a estas horas.

Por fin sales de la autovía y pones rumbo a la zona donde vives. De reojo, ves luz arriba en tu casa, seguro que te están esperando con algún plato calentito para cenar. Además, mañana es fiesta local y no tendrás que madrugar. Hum, ¡qué ganas de llegar!

Inicias la rutina habitual buscando el ansiado sitio para tu coche. Has dado ya la primera vuelta a la manzana y nada, y la cosa no tiene buena pinta. Y así una y otra vez. Tras 10 minutos empiezas a ponerte nervioso. Otras veces te ha pasado lo mismo, es normal, pero es que hoy estás especialmente cansado y ansioso por aparcar, ¡por qué tenía que pasar hoy!

Cambias la ruta y conduces por otras calles a ver si hay suerte, y sigues dando vueltas. Muchos coches están estacionados en doble fila, pero tú no estarías tranquilo si hicieras lo mismo. Cuando ya ha pasado media hora sin encontrar aparcamiento, detienes el vehículo y pegas un manotazo de rabia al volante. ¡¿A que dejo el coche en mitad de esta calle y ya está?!, exclamas con desesperación. ¿Qué hago?, va a ser imposible aparcar esta noche.

¿Cuál crees que fue la respuesta que dieron todas las personas a las que les he contado este relato?

Esta conversación es representativa:

-¿No estoy haciendo ya todo lo que puedo? Creo que tal vez no merece la pena, tal vez debería dejar de buscar y pensar en otra cosa.

-Entonces, ¿qué has decidido hacer? ¿Vas a dejar el coche en la vía pública, o vas a seguir intentándolo hasta que lo aparkes?

-Hombre, cómo voy a dejar el coche así, habrá que seguir hasta que logre aparkarlo, no queda otra. Esto del aparcamiento me lo has contado para decirme que tengo que seguir buscando, ¿no?

-No sé, ¿tú que crees? ¿Debes seguir insistiendo o debes abandonar este objetivo y ponerte con otro?

-En fin, creo que habrá que dar algunas vueltas más, ¿no?

Y tú, ¿has decidido seguir intentando aparkar?

10.4. PENSAMIENTOS *Tu vida no es la que piensas, tu vida es la que haces*

Expectativas: Sobreestimar el éxito conduce al fracaso; prepararse para el fracaso conduce al éxito

Historia: Incendio en la residencia de estudiantes

Siento no haber escrito antes pero todo mi material de escritorio quedó destruido tras el incendio de mi dormitorio en la residencia de estudiantes. Acabo de salir del hospital y el doctor dice que pronto me restableceré del todo a pesar de mis quemaduras de primer grado. Me he instalado en casa del chico que me rescató mientras reconstruyen parte de la residencia quemada. Por cierto, como siempre habéis querido tener un nieto sé que os alegrará mucho saber que estoy embarazada. Os quiero. Lucía.

PD. No ha habido ningún incendio y estoy bien. Tampoco estoy embarazada y ni siquiera tengo novio, pero he suspendido Francés, Matemáticas y Química y quería asegurarme de que lo vierais con la perspectiva justa.³⁴

La idea de que ser ambicioso o ambiciosa conduce a grandes conquistas se contrarresta mediante la idea de que desear demasiado favorece la infelicidad³⁵.

³⁴ Relato adaptado de Klein, 2000

³⁵ Norem, J. El poder positivo del pensamiento negativo

El “si quieres, puedes” está muy condicionado por el número de oportunidades disponibles y por el perfil de los competidores y competidoras. Muchas veces, aunque quieras y te prepares mucho, no podrás conseguir lo que pretendías.

Las expectativas optimistas sobre la búsqueda de empleo o la creación de un negocio dependen especialmente de la habilidad de sus protagonistas para gestionar los factores implicados, igual que las buenas expectativas sobre el futuro en una relación de pareja dependen sobre todo de las competencias de ambos para confirmarlas.

Ser optimista o recibir optimismo no mejora por sí solo las cosas, e incluso puede ser perjudicial por la frustración que puede implicar no conseguir lo que se espera.

Sobreestimar las posibilidades de éxito conduce al fracaso: da un margen del 20% y asesórate.

Date un margen mayor de posible fracaso y busca asesoramiento para ajustar tus expectativas a las condiciones reales. Es mejor ser pesimista en estimar el éxito porque eso te obliga a prepararte de forma más exhaustiva.

Las personas que fracasaron intentando montar su negocio, cuando analizan el proceso en retrospectiva, tienden a evaluar que sus probabilidades de éxito eran menores que las que valoraron cuando empezaron el proyecto³⁶.

“Vas a tardar en alcanzar tu meta entre 6 meses y 2 años. ¿Sigues interesado o interesada en continuar con la orientación profesional?”

Suelo introducir las sesiones de asesoramiento a profesionales contándoles que para alcanzar sus objetivos se requiere tiempo. Obviamente, no sé cuánto tiempo concreto será necesario en cada caso, más aún cuando solo estamos empezando, pero el objetivo de esta declaración es la contención de expectativas o el alimento de la resiliencia.

Solemos quedarnos cortos o cortas estimando el tiempo que necesitaremos para alcanzar metas o solucionar problemas. Para mantener la motivación es importante moderar nuestras expectativas, para controlar la frustración que supondrán los retrasos y los obstáculos imprevistos.

Especificar una horquilla temporal amplia reduce las quejas y el desánimo. Las personas dejan de inquietarse u obsesionarse con el tiempo necesario para la consecución de sus objetivos cuando saben que el plazo es variable: depende de su esfuerzo pero también de condiciones que no controla.

Elaborar un plan B es una sana forma de aceptar que no siempre podemos.

Actuar. El mejor pensamiento positivo es el comportamiento positivo

36 Cassar y Craig, 2009

Ser positivo o positiva tiene más que ver con ‘comportarse positivamente’ que con limitarse a ‘pensar bien’. No hay que estar bien para actuar bien.

Las cosas pueden hacerse o no independientemente de lo que se piense o se sienta. El optimismo entendido como emoción recomienda creer que las cosas irán bien para conseguir ‘sentirse bien’ y así poder hacerlas bien.

Nuestra cultura occidental nos transmite la idea errónea de que para actuar es condición necesaria tener un buen estado de ánimo, de que son los pensamientos los que conducen a la acción. Nos educan para actuar en función de emociones y creencias, para depender de ellas.

Muchas personas que dejan de ir al trabajo o de seguir con su vida habitual no lo hacen PORQUE estén deprimidas, sino porque han aprendido que estar desanimadas o ‘pensar mal’ les puede eximir de hacer lo que tienen que hacer, sean o no conscientes de ello. De hecho, la mejor forma de animarse no es dejar de hacer cosas sino continuar con los hábitos.

Podemos sentirnos mal y hacer nuestros “deberes” y, al contrario, sentirnos bien y desatender nuestras obligaciones. Las emociones influyen menos en nuestra vida de lo que pensamos.

Caso: Mujeres que reciben microcréditos

Las mujeres de ‘países en desarrollo’ gestionan mucho mejor que los hombres los microcréditos sociales que reciben para montar pequeñas iniciativas y poder sobrevivir. No analizan cómo se sienten para decidir si ‘pueden’ o no actuar. No importa cuáles sean las condiciones, aún en situaciones desesperadas siguen trabajando, cuidando a sus hijos e hijas y manteniendo su hogar. La forma en que utilizamos las emociones es una cuestión cultural, no es una relación psicológica de causa-efecto.

No intentes controlar tus emociones o *pensar en positivo*, concéntrate en organizar mejor tu vida.

No hace falta sentirse bien para hacerlo bien y, aunque así fuera, es harto difícil tener control sobre el propio estado de ánimo. Sonaría ridículo decir algo así como ‘mañana me voy a levantar esperanzado y radiante’ o ‘dentro de una hora mi ánimo será inquebrantable.’

Una persona no puede elegir a la carta sus emociones y pensamientos porque son consecuencia de lo que haga, de lo que le pase y de su estilo aprendido de vivir y afrontar experiencias. Y eso tiene que ver con planificar para obtener logros y para alcanzar una vida cotidiana más satisfactoria.

Recomendar pensar en positivo es muy fácil y manipulador, pero lo importante de verdad es ayudar a definir y redefinir objetivos, a prevenir y superar problemas, a gestionar la productividad personal para incrementar el esfuerzo y la dedicación, y consolidar hábitos y comportamientos más efectivos.

No puedes elegir cómo sentirte pero sí puedes elegir qué hacer para sentirte mejor

10.5. ACEPTACIÓN *Siéntete como puedas pero haz lo que debes*

La metáfora del autobús: haz lo que debes, continúa tus planes

La metáfora del autobús y los pasajeros y pasajeras ayuda a aceptar la ansiedad, en lugar de enfrentarla, y permite tomar perspectiva de hasta qué punto nuestros pensamientos negativos pueden llegar a tomar el control desviándonos de nuestros planes, de nuestra ruta e incluso haciéndonos parar.

Encuentra el momento adecuado y un sitio agradable para concentrarte y sumergirte en la metáfora del autobús³⁷. Te va a sorprender y cambiará tu forma de entender y afrontar tus problemas.

Imagínate que eres es el conductor o conductora de un autobús con muchos pasajeros y pasajeras. Los pasajeros y pasajeras son pensamientos, sentimientos, recuerdos y todas esas cosas que uno tiene en su vida. Tu autobús tiene una única puerta de entrada, y sólo de entrada. Algunos de los pasajeros y pasajeras son ruidosos, maleducados, desagradables e incluso con una apariencia peligrosa.

Mientras conduces el autobús algunos pasajeros y pasajeras comienzan a criticarte, a amenazarte diciendo lo que tienes que hacer, dónde tienes que ir, ahora gira a la derecha, ahora ve más rápido, etc. Incluso te insultan y desaniman, eres un mal conductor o conductora, un fracasado o fracasada, nadie te quiere... Te sientes muy mal y haces casi todo lo que te piden para que se callen, para que se vayan al fondo del autobús durante un rato y así te dejen conducir tranquilo o tranquila.

*Pero algunos días te cansas de sus amenazas y quieres echarlos del autobús, pero no puedes y discutes y te enfrentas con ellos. Sin darte cuenta, la primera cosa que has hecho es **parar**, has dejado de conducir y ahora no estás yendo a ninguna parte. Y además los pasajeros y pasajeras son muy fuertes, resisten y tú no puedes bajarlos del autobús. Así que, resignado o resignada, vuelves a tu asiento y conduces por donde te mandan para aplacarlos.*

De esta forma, para que no te molesten y no sentirte mal, empiezas a hacer todo lo que te dicen y a dirigir el autobús por donde te dicen, para no tener que discutir con ellos ni verlos. Haces lo que te ordenan y cada vez lo haces antes, pensando en sacarlos de tu vida. Muy pronto, casi sin darse cuenta, ellos y ellas ni siquiera tendrán que decirte “gire a la izquierda” o ‘párate aquí, inútil’, sino que girarás a la izquierda o pararás para evitar que los pasajeros y pasajeras se echen sobre ti y te amenacen. Para evitar oírlos ya haces

³⁷ Adaptada de Wilson y Luciano, 2002

lo que te mandan sin que te lo hayan mandado.

Así, sin tardar mucho, empezarás a justificar tus decisiones de modo que casi crees que ellos y ellas no están ya en el autobús, y convenciéndote de que estás llevando el autobús por la única dirección posible. El poder de estos pasajeros y pasajeras se basa en amenazas del tipo “si no haces lo que te decimos, apareceremos y haremos que nos mires, y te sentirás mal”. Pero eso es todo lo que pueden hacer. Es verdad que cuando aparecen estos pasajeros, pasajeras, pensamientos y emociones negativas te hacen sentir mal, tal vez generando ansiedad, creando confusión y dudas sobre el camino a seguir... Aunque son inofensivos, parece que pueden hacer mucho daño y por eso aceptas el trato y haces lo que te dicen para que te dejen tranquilo o tranquila y se vayan al final del autobús donde no les puedas ver ni escuchar.

*¡Intentando mantener el control de los pasajeros y pasajeras, en realidad has perdido la dirección del autobús! Pero ellos y ellas no giran el volante, ni manejan el acelerador o el freno, ni deciden dónde parar. **El conductor o conductora eres tú.***

La metáfora del autobús y los pasajeros y pasajeras permite tomar perspectiva de hasta qué punto nuestras emociones y pensamientos negativos pueden llegar a tomar el control desviándonos de nuestros planes, de nuestra ruta e, incluso, haciéndonos parar. Nuestras dudas y ‘errores’ del pasado nunca van a dejar de estar ahí, nunca van a bajarse de nuestra vida.

Serán siempre un ruido de fondo existencial que no podremos evitar. Podemos decidir mirar hacia atrás o mirar hacia adelante, podemos decidir escuchar y dar protagonismo a ese ruido o simplemente aceptarlo como parte del ‘atrezzo’ cotidiano y continuar. Aceptación versus racionalización, sobreanalizar versus seguir andando.

Si dejamos de conducir por lo que sentimos, las emociones negativas habrán tomado el control. La ansiedad y los no-tengo-ganas pueden ser excusas que utilizas para no mejorar y afrontar tu vida; o simplemente puedes considerarlos pasajeros y pasajeras desagradables que inevitablemente debes acarrear en tu autobús, pero que no deciden ni condicionan tu ruta.

Tú no eres tus pasajeros y pasajeras, tú eres el conductor o conductora. Que no decidan tus pasajeros y pasajeras por ti. ¿Adónde has decidido ir?

11. ANEXO. NETWORKING.

(Material de trabajo del Manual #FPOrienta)

NOTA. Este material de trabajo tiene como objetivo proporcionar contenidos, actividades prácticas y casos, solo a modo de EJEMPLO o inspiración, que puedan formar parte de métodos y acciones de orientación profesional

11.1. Networking: “Deja de buscar oportunidades y empieza a conocer gente”

Eres un o una “súper profesional social” cuando aplicas las diez competencias del networking: escuchar, conversar, comunicar, conectar, colaborar, compartir, solicitar, comerciar, gestionar y divertirse. También en la Red.

En las redes sociales aprendes de personas que no hubieras conocido de otra forma, te relacionas con personas que creíste no querías conocer y descubres cosas que no imaginabas de gente conocida.

Si no eres buen o buena profesional pero tienes contactos tendrás oportunidades y apoyos para mejorar. Si eres bueno o buena pero no tienes contactos deberás buscar oportunidades para relacionarte.

No contratan las empresas sino las personas

La habilidad para relacionarse es una competencia profesional importante que tiene que ver con la comunicación y la venta. Ser buen o buena profesional no es suficiente cuando también hay muchos otros buenos y buenas profesionales que compiten contigo y con tus servicios u ofertas.



Aunque aún no sepas quién es, la puerta de tu próxima oportunidad profesional es probable que te la abra un contacto

El networking es inevitable: no puedes no relacionarte

El networking es tanto una herramienta como una actitud que facilita la reinención profesional, el desarrollo de la carrera, la búsqueda de empleo y la creación y gestión de negocios. Es la mejor técnica para encontrar oportunidades profesionales, usuarios y usuarias.

Los contactos son influencias a corto plazo. La accesibilidad que ofrecen las redes sociales ha incrementado de forma espectacular el número de nuestros contactos potenciales. Un contacto valioso e inesperado podemos encontrarlo en una charla tuitera y al salir de casa, como muestra este tuit de @anuncioacido: “Se puede buscar empleo hasta subiendo en el ascensor con mi vecina: es headhunter”.

No es la web 2.0 la que ofrece oportunidades, son las personas. Decir que Twitter ofrece oportunidades profesionales es como afirmar que uno encuentra trabajo o montó su empresa gracias al correo electrónico o al teléfono. No son las empresas quienes buscan candidatos y candidatas y les contratan, ¡son las personas que trabajan en esas empresas!

Si buscas usuarios y usuarias, deja de intentar vender en frío tus servicios y empieza a conocer gente. Si estás desempleado o desempleada, deja de buscar empleo y empieza a conocer gente.

El mejor networking es más working que net: los buenos y las buenas profesionales atraen buenos contactos

Las empresas buscan a sus profesionales por contactos

La gestión de contactos es el método más utilizado por las empresas para buscar trabajadores y trabajadoras.

Imagina que has montado tu propia empresa y tienes que buscar trabajadores y trabajadoras, ¿cómo lo harías? Tú también empezarías buscando entre las personas que conoces, ¿no es así? Como buscadores y buscadoras de oportunidades conocemos técnicas que podemos aplicar para encontrar empleo pero ¿nos hemos preguntado cómo buscan las empresas a los trabajadores y trabajadoras que necesitan, qué técnicas utilizan?

Si el networking es la mejor técnica de búsqueda de empleo y oportunidades es porque también es una técnica de reclutamiento (búsqueda de candidatos y candidatas) muy usada por las organizaciones, especialmente pequeñas y medianas. Las ventajas son claras.

Reclutar candidatos y candidatas mediante personas conocidas es un método rápido, sencillo, barato y efectivo que genera confianza en los empleadores y empleadoras.

Conoce, amplía y gestiona tu red de contactos y usuarios y usuarias potenciales

Si quieres ser fontanero o fontanera, sigue a otros fontaneros y fontaneras; si quieres tener usuarios y usuarias, sigue a 'todo' el mundo.

Si tu objetivo es trabajar como fontanero o fontanera, observa a otros y otras profesionales del sector y aprende cómo comunican lo que hacen. ¿Significa que tienes que ser contacto de miles de personas en las redes? No, significa que has de tener una mente social abierta.

Disponte a conocer y a que te conozcan.

Cualquier persona puede ser interesante y útil en tu vida personal y profesional. Nunca sabes quién conoce a quién. Que tu actitud no ponga límites porque los límites ya los pone el tiempo disponible para conocer gente.

Cuando participamos en eventos o estamos en situaciones sociales y profesionales cotidianas, piensa que todas las personas pueden ser potencialmente interesantes. Nunca sabes quién conoce a quién.

La persona más aburrida del mundo puede ser un contacto que te abra muchas puertas, mientras que aquella que parece más influyente tal vez simplemente esté aparentando.

Descubre tu red de contactos y organízala.

Esta enorme red está formada por cientos e, incluso, miles de personas. Pon a funcionar tus agendas digitales, y las aplicaciones y servicios relacionados con las redes sociales, para aflorar y aumentar esta red y gestionar de forma práctica tus relaciones.

- » Contactos en redes sociales, conocidos y conocidas en las propias redes o provenientes de relaciones convencionales previas
- » Familiares cercanos y familiares más lejanos o indirectos
- » Amigos, amigas, conocidos y conocidas directos de nuestros amigos y de nuestras parejas
- » Vecinos y vecinas próximos, y conocidos y conocidas de tu vivienda, tu zona o tu barrio
- » Conocidos, conocidas, compañeros, compañeras, profesores y profesoras de actividades educativas
- » Conocidos, conocidas, compañeros y compañeras de actividades de ocio y deportivas
- » Compañeros y compañeras de trabajo actuales y anteriores, incluidos los jefes, jefas, usuarios, usuarias, proveedores, proveedoras y cualesquiera otros y otras profesionales de las empresas por las que has pasado
- » Personas que comparten tu mismo perfil profesional o situación laboral: directivos, directivas, mandos intermedios, emprendedores, emprendedoras, desempleados, desempleadas, autónomos, autónomas...

Clasifica y prioriza tus contactos.

Las redes son directorios y herramientas de organización y clasificación de contactos.

Si tus objetivos son profesionales, las redes facilitan como nunca acceder y gestionar esos contactos. Decide cuáles de ellos son prioritarios: empleadores y empleadoras, usuarios y usuarias potenciales, profesionales, emprendedores y emprendedoras de referencia en tu sector, competidores y competidoras, personas y organizaciones con influencia profesional y no profesional.

¿Qué criterios puedes utilizar para clasificar y dedicar tiempo a los contactos?

- » Profesionalidad. Valor y especialización profesionales relacionados con tus objetivos
- » Influencia. Relevancia y alcance social o profesional de su red de contactos
- » Interés. Interés, entretenimiento y diversión que generan los contenidos que publican en sus redes y de la conversación que mantienen
- » Relación. Somos más amigos o amigas, o más cercanos, de aquellos y aquellas a quienes queremos y nos quieren, pero también y muy especialmente de aquellas personas con quienes compartimos intereses profesionales y no profesionales

Usa “listas” de networking para gestionar contactos.

¿Cómo organizar de forma práctica el seguimiento de los contactos que nos interesan? En Twitter, Google+, LinkedIn y Facebook puedes establecer listas, grupos o círculos de contactos y organizaciones para asignarles diferente prioridad siguiendo los criterios mencionados.

También la revisión y lectura de blogs y websites puede priorizarse utilizando lectores como Feedly que permite clasificarlos con etiquetas. Pero si tengo que quedarme con dos aplicaciones o servicios para gestionar contactos serían LinkedIn y la española @audiense, que facilita usar Twitter de una forma profesional.

Podrías establecer cinco grupos de contactos para priorizar su seguimiento en función de tus objetivos.

1. Contactos seleccionados o Lista A. Personas y profesionales cuyos contenidos y actividad son prioritarios y reciben un seguimiento especial. Has decidido no perderte ninguna de sus publicaciones o interacciones.
2. Contactos interesantes o Lista B. Personas y profesionales también valiosas pero con menor prioridad que las seleccionadas, simplemente porque hay que elegir. Cuando la lista A te deja tiempo le dedicas tiempo a la B.
3. Contactos temáticos o especializados (Lista C). Profesionales relacionados con los sectores, empresas y temáticas que me interesan. El seguimiento de los contenidos de esta lista es discrecional.
4. Clientes y clientas. Es práctico mantener una lista concreta si quieres hacer un seguimiento específico de la actividad de tus usuarios, usuarias, empleadores y empleadoras actuales y potenciales en las redes. Algunos y algunas habrás decidido incluirlos en la Lista A por su relevancia para ti.
5. Contactos geoclasificados. Una forma de seguir contenidos y personas de un determinado ámbito geográfico. Si quieres estar al día de la actualidad de Córdoba y mantener cierto contacto con los y las profesionales que desempeñan su labor en ella, es buena idea crear una lista específica.

11.2. Guía rápida de networking para el desarrollo profesional y el emprendimiento

Esta breve guía incluye **consejos aplicados para gestionar tu red de contactos** y ayudarte a conseguir los objetivos que te propones. Estas técnicas de networking pueden aplicarse en entornos convencionales y también en Internet.

Networking es reputación. Muéstrate profesional y especializado Demuestra que sabes de lo que hablas.

Presentarte como “apasionado” o “apasionada” del marketing, de la publicidad, de la comunicación, del socialmedia, etc., así, en general, no detalla qué competencias dominas.

Tus contactos estarán más inclinados a recomendarte o apoyarte si estás especializado o especializada en una ocupación o sector concreto y puedes acreditarlo o poner ejemplos y casos concretos.

El networking no termina nunca, vive en la Red. Continúa los negocios cuando y donde quieras

No tengas prisa por cerrar acuerdos, obtener datos, concertar citas o demostrar en dos frases fuera de contexto el gran o la gran profesional que eres y lo buenos que son tus servicios o tus productos.

Disfruta, consigue los datos básicos y deja una buena impresión para que tus potenciales usuarios, usuarias, empleadores y empleadoras te recuerden y quieran retomar el contacto.

Networking es aportar. Sé un facilitador o facilitadora de recursos, información y relaciones

Sé un conector o conectora y un facilitador o facilitadora. Ofrece información y contactos sobre oportunidades profesionales y potenciales usuarios y usuarias. Ayudar es la mejor forma de mostrar iniciativa e interés por otras personas y posicionarse como un o una profesional valiosa.

El mejor networking es apoyar a otros y otras profesionales, especialmente a aquellos y aquellas que tal vez no podrán 'devolverte el favor'. Intenta poner en contacto a los y las integrantes de tu red para que puedan ayudarte y ayudarse. Verás que surgen sorprendentes y productivas sinergias y colaboraciones.

Pregúntate al inicio de tu jornada laboral: ¿Qué haré hoy para que el trabajo en equipo funcione mejor? ¿Qué haré hoy para hacer más fácil el trabajo de mi compañero Alberto?

Pregúntate al final de tu jornada laboral. ¿Qué he hecho hoy para hacer más felices a las personas en mi trabajo?

Networking es solicitar. No pidas ayuda, pide información

Sé breve y específico o específica. Presenta tus requerimientos y propuestas de forma concreta, directa, y en pocas palabras. Obtendrás respuestas también concretas, mostrarás que sabes lo que quieres y evitarás incomodar o aburrir a tu audiencia.

Un correo de 500 palabras no sólo aburre sino que además podría indicar que no tienes claro lo que buscas. Muestra cómo la información o apoyo que solicitas podría ser un recurso muy importante para ti a nivel personal o profesional. Las personas estarán más motivadas a apoyarte si les haces valorar la ayuda que les pides.

Networking es colaboración. Motiva y explica

Ofrece contrapartidas y busca la colaboración. Si pides algún recurso o apoyo a una persona, plantéate cómo compensarla o cómo hacer que le merezca la pena colaborar contigo. Cualquier tema vale.

Lo importante es no olvidar algunas recomendaciones anteriores: divertirse, mantener conversaciones interesantes, acrícticas y agradables, fluir... Y eso incluye no hablar siempre de asuntos profesionales.

Cualquier tema vale. No mendigues relaciones ni enlaces. Es difícil parecer profesional haciendo reverencias.

Trata de profesional a profesional, no exageres en “agradecer el tiempo que te dedicaron” ni seas excesivamente halagador. Se trata de resaltar las ventajas que para ambos, tu interlocutor o interlocutora y tú, puede tener una posible colaboración.

Networking es fluir. Relaciónate siempre, no solo cuando ni con quien “hace falta”

Relaciónate bien sin mirar a quién. Nunca sabes quién conoce a quién ni qué personas finalmente pueden ser valiosas para tus intereses personales o profesionales. Intenta también relacionarte con los VIPS o profesionales con más influencia, pero si están muy solicitados o solicitadas, relájate y deja de perseguir a los famosos y famosas.

No busques o mantengas contactos solo profesionales. Las personas que “siembran” de manera natural y disfrutan de las buenas relaciones sin estar tan pendientes de sus objetivos suelen recoger “cosechas” de apoyos cuando lo necesitan.

Networking es marca. Posiciónate y publicítate

Muéstrate accesible, pon fácil que puedan hablar contigo: incluye un formulario de contacto en tu blog, especifica tu dirección de correo y teléfono en el perfil de tu LinkedIn y del resto de redes sociales.

Usa la cabecera de tu blog para especificar el empleo que quieres o los servicios que ofreces. Si quieres ser un o una chef, mejor que tengas un blog que muestre que sabes cocinar. O mejor aún, que demuestre que tu vida es la cocina.

Posiciónate. Haz algo de SEO. Permite que la gente pueda encontrarte. Analiza qué están haciendo empleadores, empleadoras, usuarios y usuarias para buscar a profesionales con tu perfil. Visita la herramienta Keyword de Google AdWords. Haz una búsqueda con una palabra que pienses que representa mejor lo que quieres hacer.

Networking es apertura. Conoce gente, ten experiencias, mantén una actitud abierta

Disponte a conocer y a que te conozcan. Que tu actitud no ponga límites a relacionarte, que los límites solo los ponga el tiempo disponible para conocer gente.

Todas las personas son interesantes en alguna o varias facetas, y todas tienen sus propias redes de contactos. Sonríe, interésate, encuentra temas y personas en común, disfruta de la conversación y anota. ;)

Networking son personas. Comparte también contenidos no profesionales

Si el objetivo de tu presencia en redes es sobre todo profesional, tu vida personal debería suponer una parte pequeña de tu identidad pública, pero es interesante que también esté presente. Establece un balance entre los contenidos profesionales y no profesionales que compartes.

El especialista en Wordpress Fernando Tellado @fernandot tuiteó que cuando alguien quiere un currículum va a LinkedIn, pero si quiere conocer a una persona prefiere Twitter.

En la vida online y en las interacciones presenciales, si quieres que te valoren como una persona y no solo como un profesional, compórtate como una persona: habla de ti, cuenta qué haces en tu vida cotidiana, muestra aficiones e intereses, interésate por las demás personas...

Networking es accesibilidad. Estás a un click de cualquier persona y de cualquier dato

La Web 2.0 ha generado una cultura de relaciones abierta, horizontal y de accesibilidad. **La vida profesional accesible se encuentra en las redes sociales.** Puedes llegar hasta la persona que decidas a golpe de ratón o de contacto gracias a LinkedIn, Twitter o Facebook.

Encuentra las personas que te interesan y conócelas, obtén datos personales y profesionales que faciliten el contacto y la relación con ellas. Para eso están las redes.

Networking es autenticidad. Interésate de verdad

En eventos presenciales, lee la tarjeta que te dan, escucha, conversa, mira a los ojos. Relacionate bien sin mirar a quién.

En la vida online, indaga en los perfiles y los intereses de las personas, cítalas, retuitéalas “con comentario”, pásate de vez en cuando por sus muros...

Networking es presentación inicial. Usa tarjetas de visita y dedica tiempo a las interacciones iniciales

Presentación coherente y breve.

Como si de una entrevista de trabajo se tratara, es importante la forma en que te presentas profesional y personalmente, dependiendo de los motivos por los que asistes al evento. No es fácil describirse en pocas palabras, así que es práctico que lo hayas reflexionado previamente. ¿Es coherente esa presentación con lo que escribes en tu blog y lo que especificas en tu tarjeta?

Adapta tu conversación.

Con algunas personas podrás profundizar en temas profesionales, mientras que con otras la charla será meramente amistosa y convencional. Debes distinguir además quién está interesado o interesada en seguir charlando de aquellos y aquellas que sólo están siendo educados.

Recibe tarjetas con interés.

Usa sus datos con detalle para entrar en conversación, obtener más información y encontrar intereses y contactos en común.

Entrega tarjetas y tenlas a mano

Las tarjetas de visita sirven al menos para demostrar que las tienes. ;) Entrega tu tarjeta al principio para presentarte e introducir la conversación. Entrégala al final para facilitar

el recuerdo y generar un contexto donde anotar datos y posibles citas, hacer o recibir una llamada perdida (para dar u obtener un número de teléfono), enviar un correo y conectar ahora en los perfiles sociales de tu interlocutor o interlocutora.

Mejor si tus interlocutores o interlocutoras no tienen que esperar a que encuentres las tarjetas de visita en un rincón de tu cartera, chaqueta o bolso.

Elementos de marca y reputación profesionales.

El objetivo de tu tarjeta de visita es empezar a “colocarte en la mente” de las personas que quieres que cuenten contigo. Una tarjeta eficaz debe resaltar qué haces bien y en qué te diferencias de otros y otras que hacen lo mismo. Algo sencillo, gráfico y original facilitará el recuerdo de tu marca. Si eres un o una profesional de la selección de personal y te gusta el surf, podrías incluir una silueta tuya practicando este deporte incluyendo el eslogan: “Surfeando el talento.”

Incluir tu fotografía en la tarjeta también es una forma original de facilitar el recuerdo.

Puedes mantener un diseño convencional para tus tarjetas si consideras que es adecuado para tu perfil y/o para el perfil de tus interlocutores, interlocutoras, usuarios y usuarias habituales, pero probar nuevos estilos de comunicar siempre tendrá más ventajas que inconvenientes.

¿Por qué esperar a conocer a alguien en persona para contactar?

Es más práctico realizar el contacto online como puente para conocerle en persona, aunque ese contacto lo hayas realizado unos minutos antes en el propio evento. Sus notificaciones le dirán quién eres si las tiene activadas. Si no, ese contacto podrá ser tema de conversación.

Networking es concretar. Obtén contactos aquí y ahora

En las charlas y encuentros con tus interlocutores e interlocutoras, obtén información concreta sobre personas, organizaciones y recursos que conocen que son de valor para ti. Incluso considera la posibilidad de que te las presenten. El buen networking aprovecha el tiempo ;)

En un evento sobre comunicación, una participante se acercó y me dijo:

“Anda, por fin nos conocemos en persona. Me hace ilusión, de verdad, porque sigo tus contenidos con mucho interés, especialmente tu blog. Soy Marta [nombre simulado], mi Twitter es (...) y me dedico a (...) Me preguntaba si tú podrías presentarme en esta fiesta a algún profesional que consideres podría ayudarme o sería interesante conocer. ¿Qué te parece?”

En un primer momento me sentí aturdido ante una petición tan directa. Una vez superado el shock, indagué un poco más sobre la especialización y los intereses de Marta, y dando un vistazo al resto de participantes que tenía más cercanos, la invité a acompañarme para presentarle a un par de ellos.

Que no estemos habituados o habituadas a interacciones de networking tan explícitas no significa que no sean más eficaces que algunas prácticas convencionales. Con menos preámbulos ahorramos tiempo en conversaciones introductorias demasiado largas, y conocemos mejor los intereses de nuestros interlocutores e interlocutoras.

Eso sí, las formas siempre hay que cuidarlas, y cuanto más directo o directa se pretenda ser más habilidades sociales hay que mostrar.

Networking es estilo. Hazte visible pero no seas un cansineitor

No causes una mala impresión duradera.

No te obsesiones con hacerte fotos con algunos o algunas participantes, no intentes ser el alma de la fiesta ni demostrar tu valía en cada frase o en cada conversación. Escucha, observa, sonríe, come y bebe un poco (si es posible), y déjate llevar por el buen ambiente.

No hagas spam presencial ni online.

No hables y compartas sin tener mucho que decir solo con el objetivo de hacerte notar. Recuerda que los eventos y las relaciones nunca terminan, continúan en las redes. No seas pesado o pesada.

No utilices la fuerza del networking para dar una patada a tu reputación.

Networking es selección. Una conversación 2.0 puede ser una entrevista con un usuario, usuaria, o un empleador o empleadora

Cualquier conversación en redes sociales es una 'entrevista de trabajo', cualquier interacción en la Web Social puede ser una relación comercial.

Las relaciones informales que estableces en cualquier contexto con potenciales usuarios, usuarias, empleadores, empleadoras, colaboradores, colaboradoras, inversores, inversoras, proveedores o proveedoras pueden implicar el acceso a información, oportunidades profesionales y recursos.

Networking es profesionalidad. El mejor networking es más working que net

No pretendas obtener protagonismo profesional gracias a tus relaciones, obtén relaciones gracias a tu protagonismo profesional.

Si eres un buen o una buena profesional, si tus servicios y productos son competitivos, obtendrás visibilidad, contactos influyentes, usuarios, usuarias y oportunidades profesionales.

11.3. Cuatro reglas básicas del networking: cuando haces A.P.O.P. ya no hay stop

Networking no es esfuerzo, es naturalidad.

No se trata de interpretar cada uno de tus intentos o esfuerzos por contactar como momentos únicos o trascendentales, porque esa actitud solo acarrea ansiedad. Networking es un estilo, es naturalidad, es práctica y aceptación de que las cosas buenas se alcanzan con tiempo, preparación y dedicación. Y si es con un poco de humor, mucho mejor.

Si te interesa el mundo de la publicidad y el branding y vas a tener la ocasión de presentarte al televisivo Risto Mejide, no le digas que es mucho más simpático en persona que en la tele, ya lo sabe. Mejor conversa sobre alguno de sus libros, por ejemplo, “El arte de molestar para ganar dinero”. Pero para eso tendrás que leerlo. Una vez que lo hayas hecho verás como te sientes mucho más valiente. Por cierto, a mi me gustó mucho esa publicación en particular.

Haz networking en cuatro pasos A.P.O.P.

(A)precia. Encuentra y reconoce méritos en otras personas

El elogio es bueno, pero un elogio específico es la hostia.

Si quieres ser uno o una más, deja un convencional ‘me gusta’ en la página Facebook, o un impersonal ‘interesante artículo’ en el blog de los y las profesionales con los que quieres relacionarte.

Si quieres ser conocido, conocida, reconocido y reconocida, lee, analiza, profundiza, arriesga, elabora y comenta con valor en los sitios de las personas que valoras y que quieres que te valoren. Demuestra que te gustan, pero de verdad.

(P)reséntate. Di quién eres antes de que lo piensen

En igualdad de condiciones gana la oferta que mejor se presenta.

No te presentes como el mejor o la mejor, preséntate como el adecuado o la adecuada.

(O)frece. Da algo que sabes, da algo que haces

Antes de pedir, aporta.

No parezcas solicitador o solicitadora, sino colaborador o colaboradora.

(P)ide. Antes de pedir ayuda, pide consejo

Si pides trabajo, asustas; si pides consejo, halagas.

Pide a tus contactos consejo sobre cómo recabar información y apoyos. La forma de obtener lo que quieres es pedirlo, tus contactos no saben qué pueden darte hasta que lo pides.

Explícales de forma concreta cómo pueden ayudarte y cómo esa ayuda mejorará tu vida personal o profesional. Incluso en entrevistas de selección puedes contarles a los seleccionadores y seleccionadoras qué necesitas para ser productivo o productiva en tu puesto ;)

11.4. Las siete competencias de los y las profesionales “súper sociales”

→ Escuchan y se interesan

Escuchar y que nos escuchen es difícil y poco frecuente, y por eso tan valorado. Las personas que nos dedican su tiempo nos resultan agradables porque se interesan. Apreciamos que nos entiendan, que indaguen detalles, compartan nuestras emociones, se ofrezcan y se pongan en contacto de vez en cuando para saber de nosotros y de nosotras.

Cuando nos encontramos con una persona que empieza a contarnos algo que no nos interesa demasiado, tal vez nuestra primera reacción sea escabullirnos o intentar cambiar de tema. Prueba de vez en cuando una actitud diferente. Piensa *“si esto que me cuenta es importante para ella, tal vez debo ponerme en su lugar y escuchar, aunque sea un ratito.”* Hazlo por ella y será bueno también para ti.

→ Conversan

Todas nuestras conversaciones contienen sentimientos y acontecimientos; sin embargo, pocas veces convertimos las conversaciones en acontecimientos. Cuando decimos que una persona nos resulta “interesante” solemos referirnos a que tiene muchos e interesantes temas de conversación.

Saber empezar, mantener y finalizar adecuadamente conversaciones son habilidades básicas en las relaciones que además nos permiten aparentar inteligencia. ;) La forma más fácil de involucrar a las personas en una conversación y de llegar a conocer sus intereses es preguntando.

Recomendaciones específicas para INICIAR conversaciones

- » Hacer una pregunta o comentario sobre la situación común
- » Hacer un cumplido a la otra persona sobre su conducta, apariencia o algún otro atributo (“qué puntual has venido”, “qué vestido tan original”)
- » Ofrecer algo a la otra persona
- » Dar la opinión o compartir la experiencia de lo que dice la otra persona
- » Saludar a la otra persona y presentarse uno mismo o una misma

→ **Aprecian y hacen cumplidos**

Las personas más agradables son, sin duda, las que buscan y reconocen aspectos positivos ajenos, y saben elogiar y valorar con naturalidad. Poner en práctica esta habilidad es muy fácil: solo tenemos que fijarnos en los comportamientos, frases, aspectos o características positivas de nuestros interlocutores e interlocutoras y... ¡mencionarlas! en cualquier momento y lugar.

El aprecio es uno de los regalos que más se celebran y que nunca nos cansamos de recibir. Y es gratis.

“Muchas gracias por cederme el asiento, es usted muy amable”

“Vaya, veo que has cambiado tu peinado. Estás guapa, te queda muy bien”

“El trabajo que hiciste el otro día fue excelente”

“Me he enterado que aprobaste las oposiciones. La verdad es que te lo mereces, has trabajado muchísimo”

→ **No critican, no se quejan**

No nos gustan las personas críticas y quejasas. Igual que el aprecio es agradable, recibir una crítica es un castigo.

Un consejo no solicitado es una crítica.

Incluso aunque los comentarios tengan buena intención, una crítica sin empatía es un ataque.

Dijo el escritor irlandés George Bernard Shaw que si vas a decirle a la gente la verdad, hazles reír o te matarán.

Cuando lances la flecha de la verdad, pon miel en su punta. La sinceridad sin empatía es crítica

Por eso, incluso cuando tienen razón, las personas críticas dan menos confianza y nos resultan desagradables. Hablar mal de las personas que no están presentes en la conversación habla mal de ti a las que están presentes. Incluso cuando nuestros compañeros, compañeras, amigos, amigas, conocidos o conocidas nos den “confianza para decir lo que pensamos”, es un error tomarnos la “licencia para criticar”.

Si queremos invitar a cambiar algo a una persona hay que analizar si tiene la actitud de escucha y una verdadera motivación de cambio, así como encontrar el estilo, el momento y el contexto adecuado para realizar la crítica. Y si es con humor, mejor.

Echa un vistazo a algunos ejemplos de comentarios críticos.

- » “Me he enterado que aprobaste las oposiciones. Jo, que suerte” [No estamos reconociendo el mérito y el esfuerzo de nuestro conocido o conocida]
- » “Has cambiado de peinado. Vaya, el que tenías antes te sentaba mucho mejor.” [Podríamos haber dicho sencillamente “¡Anda, te has cambiado de peinado!” ¿Qué necesidad tenemos de resaltar lo negativo?]
- » “Martínez, el trabajo que hizo el otro día fue muy malo”. [Tal vez mejor, “Martínez, su trabajo tiene cosas interesantes, por ejemplo (...). Me gustaría que revisáramos también estos aspectos (...).”]
- » “¿Sabes que Domingo ha suspendido? No, si se veía venir” [Hablar mal de otras personas no ayuda a nadie. Mejor “¿Sabes que Domingo ha suspendido? En fin, tendrá que volver a intentarlo.”]
- » “Vaya fiesta, esto parece un entierro.” [El humor irónico o el sarcasmo son críticas que en determinados contextos son humorísticas o ingeniosas. Para no arriesgarse mejor ser menos connotativo: “La fiesta parece que está poco animada, ¿qué podemos hacer?”]

Quejas.

Las quejas y las frases negativas son hábitos extendidos, qué te voy a contar. Las personas que hablan demasiado de sus problemas generan situaciones desagradables. Para solicitar ayuda no es necesario recalcar los aspectos negativos de la situación. De hecho es mejor centrar y aprovechar la conversación en aquello que puede hacer de forma concreta la otra persona por nosotros y por nosotras, en lugar de darle tiempo y espacio a la queja.

“Antonia, me alegro de verte. Ya me dijeron que estás trabajando en el centro comercial de cajera. Qué bien, qué suerte. Pues a mí me va fatal. He tenido a mi madre en el hospital, no encuentro trabajo, y llevo en el paro mucho tiempo... La verdad es que todo está muy mal. A ver si me colocas o me buscas algo.”

Antonia, además de sentirse incómoda y presionada en esa situación, incluso si tuviera posibilidad de apoyar a esa persona tendría dudas de recomendar a alguien cuya comunicación es tan negativa. Tal vez una mejor alternativa sería ésta:

“Antonia, me alegro de verte. Ya me dijeron que estás trabajando en el centro comercial de cajera. ¡Qué bien! Seguro que te lo has currado mucho para encontrar el empleo. Pues a mí me va bien. He tenido algunos problemillas familiares pero todo está resuelto. Estoy haciendo un curso de dependienta y busco empleo en tiendas, centros comerciales, etc. Ya sabes, si tienes información sobre alguna posibilidad te lo agradeceré muchísimo. Un día de estos, si paso por el centro quizás te visite. Tienes que estar muy bien con el uniforme, jajaja. Y tú qué tal, cuéntame, ¿te casaste? (...)”

→ Solicitan y valoran las opiniones

Apreciar a nuestros conocidos, conocidas, amigos y amigas es escucharles y valorar sus opiniones y consejos. Aceptar comentarios o críticas de otras personas no significa necesariamente estar de acuerdo con ellas, significa que reconocemos el valor que tienen.

En el siguiente ejemplo, Gustavo va a hacerle un comentario a su amigo Alberto. Si tú fueses Alberto, piensa cuál de las dos respuestas (1 ó 2) darías a tu amigo:

Gustavo. “Oye, como somos amigos, quería decirte que algunas veces creo que no tratas bien a los compañeros y compañeras de la oficina. Llegas de mal humor y mandas demasiado. Quería decírtelo porque sé que eres inteligente y puedes cambiar estas pequeñas cosas. Espero que no te moleste que te lo haya dicho”

Respuesta 1. “Alberto, pero ¿qué dices tío? Yo llego por las mañanas cansado, es verdad, pero es que la gente de la oficina dice cada tontería que hay que ponerla en su sitio. Y si no se lo dices alto y claro seguro que te toman por el pito de un sereno. Que tengo razón, ya verás.”

Respuesta 2. “No me molesta, al contrario. Ya sé que estas cosas no son tan fáciles de comentar, y más a mí que tengo mucho genio, jajaja. Te lo agradezco, de verdad. De todas formas, no sé, yo no tengo tan claro eso de que no trate bien a la gente. Pero me has hecho pensar, tal vez me comporte de forma más desagradable de lo que creo. Estaré atento estos días a mi propia actitud y alguna vez te preguntaré. Oye, muchas gracias de verdad.”

→ Saben pedir favores y saben agradecer

Pedir favores es algo que hacemos y que nos hacen. Es normal e incluso positivo para nuestras relaciones ya que es una señal de confianza, no es símbolo de debilidad, como no pedirlos lo es de superioridad. Todos y todas necesitamos y prestamos ayuda en algún momento.

No plantees tus necesidades con urgencia o con gravedad, aunque sean urgentes o graves. Si la persona está dispuesta a ayudarte te lo hará saber. Presionar o chantajear emocionalmente a tu interlocutor o interlocutora nunca será bueno.

Si quieres recibir apoyo o ayuda hazlo de forma explícita, detalla las razones y motivos de tu petición e indica qué querías obtener.

No pienses que abusas de la confianza de nadie. Plantea en primer lugar peticiones de información y consejo sobre la solución de tu problema. Si el contexto y la receptividad es favorable, podrías pedir apoyo o ayuda más explícita.

Agradece la escucha y la ayuda recibida si es que se produce, por pequeña que sea, incluyendo cualquier gesto o comportamiento positivo: una llamada, una pequeña información, un consejo solicitado o no, una sonrisa, unos minutos de escucha...

No des por sentado que la otra persona sabe que tú se lo agradeces, intenta agradecerlo de forma específica. Si le dices a alguien “te debo una caña” apunta en tu agenda invitar a esa caña, con tapa, si puede ser. Que recuerdes el reconocimiento pendiente es más importante que el propio reconocimiento.

→ Son simpáticas o agradables, tolerantes y empáticas

La simpatía, la tolerancia y la empatía son las tres mejores habilidades sociales. Tendemos a pensar que las personas simpáticas son menos críticas y más confiables. Y sobre todo, sentimos más ganas de relacionarnos con ellas.

No solo son divertidas las personas que se expresan de forma divertida sino también aquellas que escuchan y se divierten con los comentarios de otras personas. Se puede ser simpático o simpática por expresión, por comprensión o por ambas actitudes.

El contacto físico también influye en la imagen que ofrecemos. Mostrarse cordial, cariñoso y cercano con los gestos y las posturas casi siempre será bienvenido.

Historia del plato de arroz

Un hombre estaba poniendo flores en la tumba de un pariente, cuando ve a otro hombre, que parecía chino, poniendo un plato de arroz en la tumba vecina. El hombre se dirigió al asiático, y le preguntó:

-Disculpe señor, pero ¿cree usted que de verdad el difunto se comerá el arroz?

-Sí- respondió el chino. - Cuando el suyo venga a oler sus flores.

Ser agradable profesionalmente tiene más que ver con ser empático o empática, y preocuparse por los y las demás, que con ser sonriente y “pasteloso” o “pastelosa”.

11.5. Eres un profesional 2.0 si sacas partido a la Web Social

Pon tus redes al mando de tus metas.

Un objetivo no es lo que decides hacer, es aquello a lo que dedicas tiempo: concréta-lo para saber si avanzas. Focalízate y hazte especialista en una red social o en una aplicación 2.0; en una temática; en un sector o en un perfil de usuarios y usuarias; en un servicio muy concreto... Contenidos, networking y reputación son los tres factores relevantes que determinan el carácter y la eficacia de la presencia en redes sociales. Comprueba si el uso de la Red está mejorando tu vida profesional.

“No son redes sociales, son redes sociables”.

Esta reflexión de la psicóloga Dolores Reig @dreig la suelo trasladar de una forma complementaria: **no son redes sociales, son personas.**

Invito a sustituir las palabras “redes sociales” por la palabra “personas” para hacernos conscientes de nuestros prejuicios respecto a la Web 2.0. Por ejemplo, cuando alguien dice “las redes sociales no ayudan a buscar empleo”, en realidad estaría afirmando “las personas no ayudan a buscar empleo”, a pesar de que a la mayoría de oportunidades pro-

fesionales se accede gracias a contactos.

No son las redes sociales las que pueden mejorar tu vida profesional, es tu propia red social, la que seas capaz de construir y gestionar, igual que en el mundo convencional o no conectado.

Que una persona no sepa, no pueda o no se dedique a encontrar empleo, usuarios o usuarias mediante las relaciones que tiene en Facebook o Twitter no demuestra la ineficacia de estas redes sino el uso ineficaz que se les da. La Red es un medio para mejorar tu vida profesional, no es un fin en sí misma. Para perder el tiempo no hacen falta las redes sociales.

Muchos y muchas profesionales no sacan partido a la Web 2.0 porque aún no tienen servicios o contenidos de valor que aportar.

Si llevas meses publicando en tu blog, tuiteando y relacionándote en LinkedIn y no progresas, analiza dónde está el problema. Tal vez tu marca está poco definida y especializada; los contenidos que compartes son de poca calidad o el networking que aplicas está mal enfocado.

¿Quiénes de tus seguidores y seguidoras son potenciales usuarios, usuarias o personas con influencia en potenciales usuarios o usuarias de tu ámbito profesional?

Tendemos a sobrevalorar la utilidad de las redes a corto plazo y a infravalorar su utilidad a medio y largo plazos.

Todas las personas que trabajan mucho no llegan a tener éxito profesional, pero casi todas las que tienen éxito trabajan mucho. El desarrollo profesional apoyado en la Web 2.0 es un proyecto a medio y largo plazo. Ten paciencia y ve comprobando tus avances.

12. ANEXO. Historias y metáforas en orientación profesional

NOTA. Este inventario de historias-metáforas es solo una propuesta a modo de ejemplo e inspiración. Cada centro de orientación y cada profesional debe elaborar y aplicar su propia lista de historias

El uso de historias y metáforas en orientación profesional es fundamental para aplicar las técnicas de consejo, para ayudar al usuario y usuaria a analizar problemas y encontrar soluciones, para tomar conciencia, para buscar nuevos enfoques y para crear un clima didáctico y motivador en las sesiones individuales y grupales de orientación.

El maestro

-Maestro, tengo un problema con mi hijo. Me trajo las notas del colegio y obtuvo una alta calificación en dibujo y una pésima calificación en matemáticas.

-¿Qué harás?, dijo el maestro

-¡Lo pondré de inmediato a tomar clases particulares con un profesor de matemáticas!

-Necio, ponlo de inmediato a tomar clases particulares con un profesor de dibujo. Todos servimos para algo, pero no todos servimos para lo mismo.

(Historia de Alejandro Jodorowsky)

El Bloody Mary

Un caballero entra en un bar, se sienta en la barra y le pide un Bloody Mary al barman que le atiende. Al cabo de pocos minutos, le sirven el cocktail y tras probarlo, llama al barman y le dice:

-Este es un Bloody Mary bastante mediocre. ¿Me quiere decir que no puede prepararme un Bloody Mary mejor?

El barman sorprendido pide disculpas, retira el vaso y se dirige a la cocina a preparar un segundo cocktail. Instantes más tarde se presenta, temeroso, con un nuevo Bloody Mary que ofrece a su incómodo cliente:

-Este Bloody Mary está mucho mejor que el anterior aunque creo que se puede mejorar. Quiero que me traiga el mejor Bloody Mary que usted haya preparado jamás.

Desesperado y confundido, el barman vuelve a la cocina, revisa un par de libros de cocktails, consulta en Google, llama a un colega y pone todo su esmero en la tercera versión de la bebida. Cuando el cliente lo prueba exclama:

-Excelente, esto ya es otra cosa, sólo tengo una pregunta: ¿Me puede explicar por qué no me lo sirvió así la primera vez que se lo pedí?

El burro

Un hombre cruza la frontera en un burro. Le registran para asegurarse de que no lleva contrabando y luego le dejan marchar. Durante dos años el hombre cruza cada día la frontera montado en burro mientras los guardias y las guardias, cada día más recelosos, siempre le dejan marchar.

Años después, un guardia retirado reconoce paseando por la calle a ese hombre que tanto tiempo pasó por la frontera. Le saluda amablemente y le dice:

-Los dos sabemos que pasaba usted contrabando, ¿qué era? Dígamelo, por favor.

-Burros, le respondió con tranquilidad.

La escritora

Una mujer decidió un día que su deseo más ferviente era convertirse en escritora. Salíó temprano de su casa y compró 5000 lápices y un brillante sacapuntas. Desde ese momento la familia debería hablar susurrando y andar de puntillas por la casa para no molestarla.

Esa misma tarde se sentó en su escritorio, cogió del cesto uno de los lápices, lo afiló esmeradamente con el lustroso sacapuntas y se dispuso ufana a escribir su libro. Pasaron las horas y mientras esperaba la inspiración afiló con dedicación muchos otros lápices con el reluciente sacapuntas. Al final del día no había redactado una sola palabra.

Todas las mañanas afilaba sus lápices y se preparaba para cumplir su sueño de escribir un libro. Un día se dio cuenta de que jamás lograría empezarlo y terminó de afilar con deleite y perfección el resto de los lápices que le quedaban con el radiante sacapuntas.

Y así, sin quererlo, se convirtió en la campeona del mundo afilando lápices, en la más experta afiladora de la Tierra.

El fontanero

Había una vez un fontanero muy bueno al que un día llamaron con urgencia para poner un parche a una tubería. El fontanero replicó:

-Esa tubería no necesita un parche, lo que hace falta es cambiar todo el sistema de fontanería de la casa”.

El dueño y la dueña de la casa le dijeron:

-Ya, lo sabemos, pero ahora mismo tenemos prisa. El agua se sale y lo encharca todo, no tenemos dinero. Pónganos el parche ahora y en cuanto cobremos la paga le llamaremos para cambiar toda la fontanería.

El fontanero aplicó el parche, cobrando barato en espera de poder llevarse luego el contrato de cambio de fontanería. Y puso el parche muy bien, para que vieran una muestra de cuán hábil podía llegar a ser. Tan bien puso el parche que dejó de gotear por completo, y así el dueño y la dueña de la casa perdieron la prisa.

Pasó un mes, y luego otro, y luego otro. Un año y medio después el dueño y la dueña de la casa decidieron cambiar la fontanería completa. Como habían podido ahorrar durante mucho tiempo gracias al parche del fontanero, reunieron una buena cantidad y diseñaron un cambio que incluía griferías de oro, bañeras de mármol, duchas de hidromasaje...

Tan goloso resultó el proyecto que muchas grandes empresas de fontanería presentaron sus ofertas junto con la del fontanero. Y a la hora de evaluarlas todas, al llegar a la del humilde fontanero, el dueño y la dueña de la casa pensaron “éste es un parcheador, un chapuzas, no es quien necesitamos para nuestro bonito y nuevo sistema de fontanería”.

Moraleja uno: lo provisional, con demasiada frecuencia, se convierte en permanente.

Moraleja dos: si pones parches, serás “el de los parches”

(Fuente: *Presionblogosferica.com*)

El incendio

Andrés y Rodolfo estaban solos en casa. Su padre y su madre los habían dejado un momento para hacer unas compras cuando se desató el incendio.

Las llamas les impedían salir de la habitación de la planta de arriba. Andrés, que tenía 5 años, ideó un plan: metería a Rodolfo, que acababa de cumplir 10 meses de vida, en una mochila, saldría por la ventana y se descolgaría por el árbol hasta el suelo. El calor estaba derritiendo la puerta mientras su hermano lloraba ya dentro la bolsa cuando Andrés inició la aventura.

Su padre y su madre llegaron justo para ver cómo los bomberos terminaban de apagar el fuego. Una policía mostraba al jefe de bomberos su admiración y sorpresa por la tremenda hazaña del niño:

-¿Cómo lo ha conseguido?

La experta apagafuegos, sin dejar de supervisar de reojo el trabajo de sus compañeros y compañeras, comentó con suficiencia:

-Es que nadie le ha dicho aún que no podía hacerlo.

(Adaptado de Jorge Bucay, Déjame que te cuente)

El limpiador

Durante mi segundo semestre en la escuela de enfermería, nuestra profesora nos dio un examen sorpresa. Yo era un estudiante consciente y leí rápidamente todas las preguntas, hasta que leí la última: ¿Cuál es el nombre del hombre que limpia la escuela?

Seguramente esto era algún tipo de broma. Yo había visto muchas veces al hombre que limpiaba la escuela. Era alto, cabello oscuro, como de cincuenta años, pero, ¿cómo iba yo a saber su nombre?

Entregué mi examen, dejando la última pregunta en blanco. Antes de que terminara la clase, alguien le preguntó a la profesora si la última pregunta contaría para la nota del examen:

-Absolutamente, dijo la profesora. En sus carreras ustedes conocerán muchas personas. Todas son importantes.

En el monasterio

En un monasterio trapense los monjes tenían como norma que nadie podía solicitar para sí mismo nada en el refectorio. En caso de que a un monje le faltase un cuchillo, por ejemplo, era el compañero quien tenía que reparar en su problema y solicitar la solución de quien servía la mesa:

-Por favor, a este Hermano le hace falta un cuchillo.

Se trataba de que les importasen las cosas de los demás, de que estuviesen pendientes de sus necesidades. Un buen día, al terminar las oraciones de maitines, los monjes van al refectorio. Tienen servido el café con leche. Uno de los monjes ve con asombro y asco que tiene ahogado un ratón en su taza. Como no puede pedir nada para él y los de al lado no pueden ver dentro de su taza, se ve condenado a no poder desayunar.

Pero, como el hambre aguza el ingenio, se le ocurre cómo desayunar sin faltar a la regla monacal. Llama al que sirve en el comedor y le dice:

-Por favor, a estos dos hermanos de al lado no les han servido ratón esta mañana.

Quien sirve la mesa cae en la cuenta de su problema y le sirve un nuevo tazón calentito de café con leche.

Esculturas

El escultor Policleto el Viejo empezó a esculpir simultáneamente dos esculturas iguales: una la trabajaba en público y la otra la creaba a escondidas, en un taller en los alrededores de Atenas.

Mientras esculpía la primera, él hacía caso de todas las críticas, consejos y sugerencias que le ofrecían las personas de su entorno. Por el contrario, cuando trabajaba en la otra escultura, se dejaba guiar sólo por su inspiración.

El tiempo fue pasando y al cabo de unos meses, cuando ya estaban acabadas las dos esculturas, las expuso juntas: una enfrente de la otra.

Para la primera, aquella que reflejaba las opiniones e incorporaba las críticas que los ciudadanos y ciudadanas hicieron en su proceso, sólo hubo censuras, mientras que para la otra –la que había hecho respetando su propia inspiración– todo fueron elogios unánimes.

La herencia

Un anciano en su lecho de muerte llamó a sus tres hijos e hijas y les dijo:

-No puedo dividir en tres lo que poseo. Eso dejaría muy pocos bienes a cada uno de vosotros y de vosotras. He decidido dar todo lo que tengo, como herencia, a aquel o aquella que se muestre más hábil, más inteligente. Dicho de otra forma: al mejor hijo o hija. He dejado encima de la mesa una moneda para cada uno y cada una. Cogedla. Quien compre con esa moneda algo con que llenar la casa se quedará con todo. Se fueron.

El primero compró paja, pero sólo consiguió llenar la casa hasta la mitad.

La segunda compró sacos de plumas, pero no consiguió llenar la casa mucho más que el anterior.

El tercero – que consiguió la herencia- sólo compró un pequeño objeto. Era una vela. Esperó hasta la noche, encendió la vela y llenó la casa de luz.

Leones

Un león fue capturado y encerrado en un zoológico, donde se encontró con otros leones y leonas que llevaban allí muchos años. El león no tardó en familiarizarse con las actividades sociales de los restantes leones y leonas, los cuales estaban asociados en distintos grupos.

Un grupo era el de los y las socializantes; otro el del mundo del espectáculo; incluso había un grupo cultural, cuyo objetivo era preservar las costumbres, la tradición en la que los leones y leonas eran libres.

Había también grupos religiosos, que solían reunirse para entonar canciones acerca de una futura selva en la que no habría vallas. Y había, finalmente, grupos revolucionarios que se dedicaban a conspirar contra sus captores y captoras.

Mientras lo observaba todo, el recién llegado reparó en la presencia de un león que parecía dormido, un solitario no perteneciente a ningún grupo. Al reparar en la presencia del novato, el veterano león dijo:

-Ten cuidado. Esos y esas pobres locos se ocupan de todo menos de lo esencial: estudiar la naturaleza de la cerca

El pianista

Un pianista famoso daba un recital en una fiesta. La anfitriona le dijo:

-Haría lo que fuera por tocar como usted.

El pianista la miró pensativo y replicó: no, no haría lo que fuera.

La anfitriona, avergonzada frente a sus invitados e invitadas, dijo:

-Sí, haría cualquier cosa.

El pianista negó con la cabeza mientras le decía:

-Le fascinaría tocar como yo en este momento, pero no estaría dispuesta a practicar ocho horas diarias durante los próximos 20 años para alcanzar este dominio.

Las piedras

Un experto en gestión de empresas quiso sorprender a los y las participantes de su conferencia. Sacó de debajo del escritorio un frasco grande de boca ancha. Lo colocó sobre la mesa, junto a una bandeja con piedras del tamaño de un puño y preguntó:

-¿Cuántas piedras piensan que caben en el frasco?

Después de que los y las asistentes hicieran sus conjeturas, empezó a meter piedras hasta que llenó el frasco. Luego preguntó: -¿Está lleno?

Todo el mundo lo miró y asintió. Entonces sacó de debajo de la mesa un cubo con gravilla. Metió parte de la gravilla en el frasco y lo agitó. Las piedrecillas penetraron por los espacios que dejaban las piedras grandes. El experto sonrió con ironía y repitió:

-¿Está lleno?

Esta vez los y las oyentes dudaron:

-Tal vez no.

-¡Bien!

Y puso en la mesa un cubo con arena que comenzó a volcar en el frasco. La arena se filtraba en los pequeños recovecos que dejaban las piedras y la grava.

-¿Está bien lleno?, preguntó de nuevo.

-¡No!, exclamaron los y las asistentes.

Bien, dijo, y cogió una jarra de agua de un litro que comenzó a verter en el frasco. El frasco aún no rebosaba.

-Bueno, ¿qué hemos demostrado?, preguntó.

Un alumno respondió:

-Que no importa lo llena que esté tu agenda, si lo intentas, siempre puedes hacer que quepan más cosas.

-¡No!, concluyó el experto. -Lo que esta lección nos enseña es que si no colocas las piedras grandes primero, nunca podrás colocarlas después.

¿Cuáles son las piedras grandes en tu vida? ¿Tus hijos, tus amigos, tus sueños, tu salud, la persona amada? ¿O son tu trabajo, tus reuniones, tus viajes de negocios, el poder o el dinero? La elección es tuya. Una vez te hayas decidido, pon esas piedras primero. El resto encontrará su lugar.

Reputación

-Doctor, doctor, quiero un remedio para hacer el amor todos los días, pero que no sea Viagra que tengo problemas cardiovasculares.

-A ver, dígame, ¿qué edad tiene usted?

-94

-Pues me temo que no va poder ser.

-Pues yo tengo un amigo de mi edad que dice que hace el amor todos los días...

-Muy bien, pues dígalo usted también.

El rey Pirro

Un filósofo cínico vivió largo tiempo en la Corte del rey Pirro. Pirro, que era un conquistador, una especie de Alejandro de los persas, estaba constantemente haciendo planes de invasión y de conquista. Un día llegó donde el filósofo, quien se encontraba tumbado a la sombra de un árbol en el jardín del palacio, y le dijo:

-He hecho un plan y mañana mismo salgo con mi ejército. Vamos a cruzar el estrecho y a conquistar toda Grecia, todo el Peloponeso.

-Muy bien. ¿y después qué?, respondió el filósofo

-Después continuaremos adelante, hacia Italia, respondió Pirro.

-¿Y después?, interrogó nuevamente su interlocutor.

-Pues seguiremos y procuraremos llegar hasta el final del mundo.

-Bueno, muy bien, ¿y después?

-Bueno, ya después habré conquistado todo el mundo.

-¿Y entonces qué?, volvió a preguntar el filósofo.

-Entonces podré descansar.

Ante lo cual el filósofo concluyó:

-Bueno, si de lo que se trata es de descansar, por qué no te sientas aquí conmigo bajo este árbol y empezamos directamente, sin tanto trajín.

Sed

Los fatigados miembros de una caravana llegaron por fin a un oasis y se dispusieron a descansar. A los diez minutos, y en medio del silencio, oyeron una voz que lastimosamente decía:

-¡Qué sed tengo! ¡Qué sed tengo!

La jefa de la caravana mandó a un hombre a ver qué ocurría. A su regreso dijo: -Es sólo un viajero que también trata de descansar pero no puede por la sed

-Dadle agua -ordenó la jefa-, así podremos descansar todos y todas.

El enviado llevó un odre de agua al sediento, que éste bebió con deleite. Pasados otros diez minutos, y de nuevo en medio del silencio de la noche se escuchó la misma voz quejumbrosa:

-¡Qué sed tenía! ¡Pero qué sed tenía!

El turno de noche

Esta conversación tuvo lugar al final de día entre el jefe de fábrica y una jefa de planta, poco antes de que entrara a trabajar el turno de noche de la fábrica.

-¿Cómo es, -preguntó el jefe de fábrica-, que una mujer de su capacidad no consigue que esta planta rinda lo que debe?

-No sé, he pedido a los obreros y obreras que trabajen más, les he dado ejemplo, les he amenazado con el despido, pero nada da resultado.

-Déme un trozo de tiza, dijo el jefe de fábrica.

Volviéndose al obrero que estaba más cerca le preguntó:

-¿Cuántas cargas de horno ha hecho su turno hoy? El operario le dijo que seis.

Sin decir palabra trazó un gran número seis en el suelo y se alejó. Cuando entró el turno de noche preguntaron por el seis escrito en tiza en el suelo y le explicaron su significado. Por la mañana, cuando los obreros y obreras del turno de día entraron vieron un enorme 7 escrito en el suelo. Al poco este taller que se había quedado atrás en producción rendía más que cualquier otro.

(Adaptado de Cómo ganar amigos. Dale Carnegie)

13. ANEXO. CITAS, frases e ideas inspiradoras en orientación profesional

NOTA. Este inventario de frases y citas es solo una propuesta a modo de ejemplo e inspiración. Cada centro de orientación y cada profesional debe elaborar y aplicar su propia lista de citas e ideas inspiradoras

El uso de citas inspiradoras en orientación profesional, al igual que las historias y metáforas, es fundamental para aplicar las técnicas de consejo, para ayudar al usuario y usuaria a analizar problemas y encontrar soluciones, para tomar conciencia, para buscar nuevos enfoques, y para crear un clima didáctico y motivador en las sesiones individuales y grupales de orientación.

Inventario de citas inspiradoras

Trabaja en lo que puedas pero no dejes de buscar lo que quieres, aunque sea un minuto al día. (Yoriento.com)

-Maestro, daría la vida por tocar como usted.

El guitarrista Andrés Segovia replicó:

-Ése es el precio que pagué.

-Manolito, ¿por qué estás triste si habéis ganado el partido?

-Porque podemos perder el próximo.

Chumi Chuméz

-Doctor, ¿cómo adelgazaré?
-Mueva la cabeza de izquierda a derecha y de derecha a izquierda
-¿Cuántas veces?
-Todas las que le ofrezcan comida.

-Siempre te enfadas, ¿no sabes perder!
-No, me enfado porque no sé ganar.
<http://yoriento.com/2015/07/si-quieres-puedes.html/>

A la vida se le ha pedido demasiado, pero la vida es lo que es e incluso menos.
Julie Norem, The Positive Power of Negative Thinking

A menudo para volver a ser hay que dejar de serlo.
Carme Chacón (política española) sobre Pep Guardiola (ex entrenador del Fútbol Club Barcelona)

A nadie le va mal mucho tiempo sin tener culpa. (Montaigne) Pero también podría aplicarse al revés: ¿Cuanto más tiempo llevas mal, más difícil es salir del agujero?

A veces la gente llora, no porque sean débiles sino porque llevan mucho tiempo siendo fuertes.

Acabo de regresar de Toronto y he comprobado que los de Toronto son como los de Ourense: ríen o lloran en las mismas escenas de mi película.
José Luis Cuerda, director de Los girasoles ciegos.

Aceptar que no siempre se puede no es un fracaso, es un signo de madurez que puede abrir otras puertas. (Yoriento.com)

Aspira a todo, espera poco, compárate sólo con tus mejores posibilidades y valora lo que tienes. Tendrás muchas más opciones de ser feliz.
Ignacio Álvarez de Mon.

¿Cómo puede ser un hombre valiente si tiene miedo?

-Es el único momento en que puede serlo.

Game of thrones

Constancia es la clave del éxito. Yo tardé cuatro años en conseguir los primeros mil seguidores

@JPelirrojo, youtuber con 1 millón de seguidores.

Creer que querer es poder es ingenuo, pero creer que algo no se puede sin conocerlo ni intentarlo, es absurdo

<http://yoriento.com/2007/01/la-autoestima-en-rebajas-querer-es-poder.html/>

Cuando decimos que algo no es verdad, a menudo solo significa que no estamos de acuerdo.

Cuando se encuentre en un agujero, deje de excavar.

Cuando se hacen cosas se aprenden cosas; cuando se espera que pasen cosas, pasan o no pasan, pero se aprende poco. (Yoriento.com)

Algunos finales son felices, otros, necesarios (Yoriento.com)

Antes de cambiar algo decide qué no debe cambiar (Yoriento.com)

Deja de avanzar por una vía muerta. A veces la única forma de terminar una guerra es perderla. (Yoriento.com)

Dejar de ser uno mismo o una misma para mejorar no es convertirse en otra persona, sino en una mejor. "Yo soy así, nunca cambiaré" está sobrevalorado. (Yoriento.com)

El mejor o la mejor profesional no es quien acredita mucha experiencia sino quien demuestra que ha aprendido más. (Yoriento.com)

El secreto para tener éxito en la vida no es en realidad un gran secreto; tan solo tienes que centrarte de cojones. Así que, mientras no sea a costa de otros, considérate por un momento el centro de tu propio universo. Sólo tendrás UNA oportunidad. Así que mejor intenta aprovecharla todo lo que puedas.

@thatkevinsmith

Entrega tu corazón al oficio que has aprendido y así hallarás sosiego.

Marco Aurelio, Meditaciones

Es un hombre que sabe de todo, ¡qué tonto será!

Miguel de Unamuno

Especialización no es tener una marca, es tener una marca especializada (Yoriento.com)

Esta noche voy a matarle porque mató a mi madre y porque esto es lo mejor que sé hacer.

Dexter, serie de TV

Hay que intentar trabajar en lo que aportas valor, no sólo en lo que te gusta.

@antonello

Hay que inventar la vida porque acaba siendo verdad.

Ana María Matute

<http://yoriento.com/2013/09/guia-reinvencion-profesional-orientacion-coaching-empleo.html/>

La distancia más corta entre dos puntos es la cuesta abajo.

Faemino y Cansado

La vida es larga como para conseguir ser muy bueno en una sola cosa. Ten cuidado en qué eres bueno.

True Detective

La vocación no se espera, la vocación se construye. Nos puede interesar casi todo si le damos una oportunidad. (Yoriento.com)

Las profesiones cambian, pero las competencias permanecen. (Yoriento.com)

No dedicar tiempo a lo que más nos gusta para dedicarlo a lo que supuestamente debería gustarnos es el camino a la insatisfacción. (Yoriento.com)

No es lo mismo tener veinte años de experiencia que tener un año de experiencia repetido veinte veces.

No hay personas inactivas sino personas sin motivos. (Yoriento.com)

¿Qué ves cuando llegas a una meta? Otra meta. Se llama motivación. (Yoriento.com)

Quien no sabe bailar, piensa que la orquesta es mala.

Reinventarse es hacer más de lo que ya te gusta hacer mientras haces lo que tienes que hacer

<http://yoriento.com/2014/07/reinventarse-profesionalmente.html/>

Si no cambias de dirección, acabarás en el lugar exacto al que te diriges.

Si quieres reinventarte de verdad haz una FP. En 2 años serás un o una profesional nuevo y no solo otro u otra community manager ;)

<http://yoriento.com/2013/09/guia-reinvencion-profesional-orientacion-coaching-empleo.html/>

La sabiduría inútil sólo se diferencia de la tontería en que da mucho más trabajo. La experiencia aumenta nuestra sabiduría, pero no disminuye nuestra tontería.

Josh Billings

La voluntad debe ser la única cosa en el mundo que cuando está desinflada necesita que la pinchen.

Felipe, de Mafalda.

Lo importante no es si el vaso está medio lleno o medio vacío. Lo importante es si se está llenando o vaciando. (Yoriento.com)

Lo peor de perder el tiempo por la mañana es que luego no hay forma de encontrarlo.

Las personas que tienen éxito no son las que tienen un buen plan sino las que tienen un buen Plan B. (Yoriento.com)

No es lo mismo decir lávate las manos que es muy feo tenerlas sucias; que lávate las manos que es muy bello tenerlas limpias.

@alejodorowski

Está de moda recomendar “adaptarse a los cambios”, pero para muchas personas lo realmente adaptativo puede ser resistirse a ellos.

No podemos cambiar lo que no entendemos (Susan Fiske), por eso a veces nos resulta imposible mejorar nuestra vida profesional

¿Piensas mucho o haces mucho? ¿Esperas a que la vida mejore o persigues metas concretas? ¿Aplicas los métodos fáciles o los que funcionan? (Yoriento.com)

¿Sé tú mismo o tú misma? Mejor conócete y decide qué podrías mejorar. “Yo soy así, nunca cambiaré” no es coherencia sino inmovilismo. (Yoriento.com)

Si eres emprendedor ves medio vaso por llenar.

@marcvidal

Si no tienes tiempo para hacer deporte, tendrás que encontrarlo para estar enfermo o enferma

Si quieres mejorar observa por qué les va bien a otras personas. Aprendemos mucho más de los éxitos ajenos que obsesionándonos con fracasos propios. (Yoriento.com)

Si ves el vaso medio vacío, elige uno más pequeño para motivarte a llenarlo

Sobrevaloramos lo que podemos conseguir en un mes, e infravaloramos lo que podemos obtener en dos años

Tras un fracaso, pregúntate:

1. ¿Qué puedo aprender?
2. ¿Qué hubiera hecho diferente?
3. ¿Qué competencias entrenar?
4. ¿De quién puedo aprender?
5. ¿Cuál es el próximo paso?

(Yoriento.com)

Tras una penosa representación de una de sus obras, un amigo le preguntó a Oscar Wilde:

-¿Qué tal fue anoche tu obra?

Wilde le dijo:

-Bueno, la obra fue un gran éxito pero el público fue un gran fracaso

Tu CV no es lo que has hecho, sino lo que has hecho BIEN, lo que aprendiste de verdad.
Un consejo no solicitado es una crítica. (Yoriento.com)

Si quieres pescar, no pongas en el anzuelo un cebo de tu gusto, sino del gusto de los peces

Si un día te sientes inútil y deprimido... ;recuerda que fuiste el espermatozoide más veloz de todos!

Groucho Marx

Siempre hay alguien más joven y hambriento bajando la escalera detrás de ti. Show-girls.

Sólo hay algo más doloroso que aprender de la experiencia y es no aprender de la experiencia.

Laurence Johnston Peter.

Todos piensan en cambiar el mundo pero nunca a sí mismos.

León Tolstoi

Un día mi abuelo me dijo que hay dos tipos de personas: la que trabajan, y las que buscan el mérito. Me dijo que tratara de estar en el primer grupo: hay menos competencia ahí.

Indira Gandhi

Una multa es un impuesto por actuar mal, un impuesto es una multa por actuar bien.

Anand Kumar Singh

No hay nada tan inútil como hacer eficientemente algo que no debería haberse hecho en absoluto

La planificación a largo plazo no es pensar decisiones futuras sino el futuro de las decisiones presentes.

Peter Drucker.

Si quieres que algo sea hecho, nombra un responsable. Si quieres que algo se demore eternamente, nombra una comisión.

Napoleón Bonaparte

Las personas se diferencian entre las que no saben empezar, las que no saben continuar y las que no saben terminar algo.

@tu_infortunio

El mayor error de las personas es no intentar ganarse la vida haciendo aquello con lo que disfrutan. El esfuerzo que exigiría intentar trabajar en lo que queremos es la excusa para resignarnos a trabajar en lo que no queremos. (Yoriento.com)

¿Cómo decidir que un producto o servicio ya tiene suficiente calidad? No cuando no tienes nada más que añadir, sino nada más que quitar. El perfeccionismo es la excusa perfecta que evita el esfuerzo de hacerlo bueno si no puede ser inmejorable.

“Es lo que hay” es el eufemismo de “prefiero ser parte de esta mierda que hacer algo por cambiarla”.

@Riki_Lopez

Estos son malos tiempos, los hijos han dejado de obedecer a sus padres y todo el mundo escribe libros.

Marco Tulio Cicerón

Gran parte de lo que hacemos en la vida es para intentar demostrarnos que tenemos razón en algo.

La humildad puede ser una manera de conseguir una posición segura. Al que se rebaja, ya no hay manera de rebajarle.

José Luis Sampedro.

No consigues lo que quieres de la vida sino que consigues lo que eres. La mayoría de las personas enfocan sus deseos como si estuvieran reparando un dique a punto de reventar. Sin embargo, la mayoría de los deseos se parecen más a cuidar a un jardín que a reparar un dique.

Keith Ellis, La lámpara mágica

No hay que confundir la pereza con la apatía. Nosotros los perezosos no somos apáticos. Los apáticos no se interesan por nada. Nosotros nos interesamos, pero no hacemos nada.

Garfield.

Nunca compares tu interior con el exterior de los y las demás. No compares tu vida con otras personas. No tienes ni idea de cómo fue su travesía.

Pensar que vas a encontrar empleo sólo por estar en Twitter o Facebook es como creer que vas a ligar por el mero hecho de salir. Ayudar a buscar trabajo con una lista de portales de empleo es como ayudar a buscar pareja con una lista de discotecas. (Yoriento.com)

Personas a las que les gusta su trabajo suelen recomendar a otras a las que no les gusta que trabajen con alegría y motivación. (Yoriento.com)

Aceptar forma parte de un plan, resignarse es un mero escape afectivo. (Yoriento.com)

Cuando uno no vive como piensa, acaba pensando como vive.

Gabriel Marcel

Demasiadas personas confían en que los años cambien sus vidas y no en que sus vidas cambien los años

El equipo que desarrolló el iPod no hizo un esfuerzo extra para conseguir un bonus sino porque quería uno.

Peter Sander.

Es mejor terminar tareas y proyectos uno a uno, que tener abiertos muchos en proceso. Terminar es un logro que motiva a continuar con los siguientes. (Yoriento.com)

Probar es hoy fácil, rápido y barato. No intentes entender el mundo. Experimenta y aprende

@javiercuervo

Puedo vivir dos meses con un buen cumplido.

Mark Twain

Que Galileo tuviera razón aunque se rieran de él no significa que tenga razón cualquiera que cause risa

Quien habla o escribe mal, piensa mal, poco o nada.

Lázaro Carreter

Ríete de tus problemas, todo el mundo lo hace.

Sobreestimamos el impacto de la tecnología a corto plazo pero lo subestimamos a largo.

Un jugador de fútbol a sus compañeros antes de empezar el partido: ¡Vamos a cometer errores, pero no los mismos, eh, pero no los mismos!

Una cosa es ver el camino y otra hacer el camino. Matrix

Una vez la oportunidad llamó a mi puerta, pero cuando abrí los 2 cerrojos, desactivé la alarma y abrí la cerradura ya se había ido

Yo iba para emprendedor, pero entre unas cosas y otras lo fui dejando, lo fui dejando... y ya son casi las diez y media.

@andresaberas

Yo soy muy humilde, si no, no habría podido llegar a ser tan grande.

Bernd Schuster

You can't always get what you want, but if you try sometimes (...) you get what you need.

The Rolling Stones

Toda mi vida quise ser alguien. Ahora me doy cuenta de que debí ser más específico.
Jane Wagner

<http://yoriento.com/2008/02/bardem-especializacion-y-polivalencia-son-mas-que-compatibles-251.html/>

Un objetivo no es lo que 'decides' hacer, es aquello a lo que dedicas tiempo. Los planes lo aguantan todo, pero sólo lo que haces cotidianamente indica el verdadero camino que estás tomando. (Yoriento.com)

Uno no puede elegir cómo sentirse pero sí puede elegir qué hacer para sentirse mejor

<http://yoriento.com/2010/03/coaching-personal-el-optimismo-y-el-pensamiento-positivo-mejoran-realmente-la-vida-681.html/>

Vanagloriarse de arruinarse muchas veces puede demostrar 'carácter emprendedor' o pocas luces para los negocios

<http://yoriento.com/2007/07/emprendedores-autoempleo-y-creacion-de-empresas-aun-trabajas-para-otros-6-preguntas-dificiles-y-8-pildorazos-intrigables-76.html/>

-Voy a hacer una fiesta

-Pero si está todo mal

-Pues por eso.

Anuncio de Ikea

A tus hijos no tienes que preguntarles qué quieren de comer salvo cuando ellos invitan.

Fran Lebowitz

Cuanto más trabajo, más trabajo tengo. El trabajo nunca termina, hay que decidir cuándo parar, aceptar lo adecuado y huir de lo perfecto. (Yoriento.com)

Cuando me preguntan por el éxito, siempre digo que yo prefiero la prosperidad. Que las cosas vayan bien, que haya trabajo, buen ambiente y perspectivas de futuro. Tal como están las cosas hoy en día, me parece lo más apropiado y razonable.

Andreu Buenafuente

-Tu perro es muy listo, le dijo Aristóteles a Platón cuando vio a éste jugando al póker con el animal.

-No tan listo como parece; siempre que le llegan buenas cartas mueve el rabo.

La incompetencia suficientemente avanzada es indistinguible de la mala voluntad.

Ley de Clark

Yo no contrato camareros o camareras. Contrato gente que sonría y luego les enseño a hacer las mesas.

Casi todas las personas invierten parte de sus vidas intentando mostrar cualidades que no tienen.

Samuel Johnson

Sé poco de cualquier cosa así que puedo dirigirme a donde quiera.

Francis Crick

Pídele dinero siempre a un pesimista. No esperará que se lo devuelvas.

Piensa quién quieres que te encuentre y después define tu perfil profesional. También en las redes sociales

(Yoriento.com)

Polivalencia es volar, especialización es aterrizar: encuentra en las redes sociales a los y las profesionales que te inspiren. (Yoriento.com)

Por dinero no te preocupes que dinero no hay. (Yoriento.com)

Predecir es muy difícil, y sobre todo el futuro.

Niels Bohr. Físico danés

Preguntar a un autónomo o autónoma cuándo está de vacaciones es como preguntar a un mamífero cuándo deja de respirar. (Yoriento.com)

Puedes enseñar a un pavo a trepar, pero es mejor contratar a una ardilla

Quizás lo que debamos hacer- sugirió Haw- sea dejar de analizar tanto las cosas y ponernos a buscar algo de queso nuevo.

Quién se ha llevado mi queso.

Sentaíto en la escalera esperando el porvenir y el porvenir nunca llega.

El chaqueta

Si el hacer como el decir fuera, ¿quién no hiciera?

Una ciencia es toda disciplina que permite al tonto de una generación llegar más allá del punto alcanzado por el genio de la última generación.

Max Gluckman.

Uno de los grandes errores que comete la gente es tratar de forzar su interés. Tú no eliges tus pasiones, ellas te eligen a ti.

Jeff Bezos

Uno no debe ser consecuente con sus ideas, sino que sus ideas deben ser consecuentes con la realidad.

Ortega y Gasset

Valora tus éxitos por lo que has conseguido, pero también por lo que has dejado en el camino para alcanzarlos. (Yoriento.com)

Una persona nunca sabe para qué se está entrenando.

Yo sé que él es el hombre de mi vida, al menos por ahora.

En un programa de TV

No soy capaz de escribir un libro a la altura de los que escribió Shakespeare, pero puedo escribir un libro a la altura de los que yo escribo.

Sir Walter Raleigh

Derrota, tras derrota, tras derrota, hasta la victoria.

Mao Zedong

14. ANEXO. Ficha “ORIENTARECURSOS”

NOTA. Los contenidos de esta ficha-guía son solo una propuesta a modo de ejemplo. Cada servicio de orientación profesional debe elaborar, organizar y actualizar sus propios contenidos

Presentación de Ficha Orientarecursos

MATERIAL

OrientaRecursos es una ficha-guía de recursos para el desarrollo profesional y la búsqueda de oportunidades.

Incluye información, recursos y contenidos para la orientación profesional, de utilidad para profesionales, usuarios y usuarias **en un ámbito geográfico y temático determinados**, que debe ser elaborado por cada profesional de la orientación y/o por cada servicio o centro.

ÁMBITO

Este documento es una ficha de ejemplo elaborada sobre el ámbito de Córdoba y Andalucía. Cada profesional de la orientación, cada servicio y cada centro deben elaborar su propio material.

ADPTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN

Es un material cuyos contenidos deben seleccionarse y elaborarse de forma personalizada, en función de los objetivos e intereses del usuario o usuaria, o de cada perfil de usuarios o usuarias.

VERSIONES PROFESIONALES-USUARIOS-USUARIAS

Diferenciar en la ficha los contenidos de utilidad solo para profesionales (orientadores, orientadoras, educadores, educadoras, etc.) de aquellos con utilidad también para usuarios o usuarias.

Una misma ficha OrientaRecursos puede adaptarse para tener dos versiones:

1) Versión para el alumnado, que le sirva de documento de información y consulta;

2) Versión para el y la profesional de la orientación, que le sirva de guía y material de apoyo para prestar sus servicios.

ACTUALIZACIÓN.

Esta ficha requiere actualización frecuente y periódica diferenciando recursos o contenidos caducos y perennes.

Por ejemplo, sería un contenido perenne la información de contacto sobre organizaciones y entidades públicas y privadas. Son contenidos caducos las convocatorias o recursos que tienen vigencia solo durante un determinado período de tiempo.

FORMATO.

Elegir el formato más adecuado para el perfil de los usuarios y usuarias, y para el uso que va a tener.

Contenidos de la ficha Orientarecursos

Herramientas, servicios y aplicaciones 2.0 para la orientación profesional

El y la profesional o el centro de orientación debe seleccionar y presentar las herramientas y servicios más útiles para recomendar a los usuarios y usuarias con los que trabaja según su perfil. También debe seleccionar las herramientas que los propios orientadores y orientadoras deben utilizar.

Guías, recomendaciones y protocolos de uso frecuente

GUÍAS.

El o la profesional, servicio o centro de orientación debe elaborar, actualizar y adaptar guías de uso más frecuente por parte de sus usuarios y usuarias para la consecución de sus objetivos.

Estas guías **incluirán información básica, recomendaciones, protocolos de actuación o casos de ejemplo** para ayudar a los usuarios y usuarias a elaborar y aplicar planes, técnicas y pasos de desarrollo profesional.

APLICACIÓN.

Estas guías pueden tener como finalidad

1) ser material de apoyo en la prestación de servicios por parte de los orientadores y orientadoras, y

2) ser material para su aplicación de forma autónoma o autodidacta por parte de los usuarios y usuarias.

FORMATOS.

Los formatos de las guías y protocolos deben adaptarse a cada temática, al perfil de los usuarios y las usuarias, y a los recursos disponibles.

Los formatos de estas guías podrían ser, por ejemplo:

- » Documentos tipo texto impresos o en pdf
- » Presentaciones tipo Powerpoint para los orientadores y orientadoras
- » Cuestionarios o tests con respuestas incluidas para la realización por parte de los usuarios y usuarias
- » Vídeos publicados online
- » Aplicaciones informáticas u online a modo de juegos o ejercicios para el desarrollo profesional

TEMÁTICAS.

Las guías más frecuentes serán generalmente las relacionadas con las siguientes temáticas y objetivos:

- » Curriculum. Guías para la elaboración de currículos y preparación de presentaciones profesionales de forma convencional y online
- » Entrevistas de trabajo. Guías para la preparación de situaciones de entrevistas de selección
- » Networking. Guías para la gestión de contactos de forma convencional y online
- » Servicios de empleo online. Guías para la búsqueda de empleo online y la realización de candidaturas en portales convencionales y en aplicaciones y servicios 2.0.
- » Emprendedores. Guías para convertirse en emprendedor o emprendedora, o montar la propia empresa
- » Sociolaboral. Guías sobre derechos, obligaciones e información sociolaboral

Novedades informativas, convocatorias y noticias (especificar fechas)

Las novedades se refieren a convocatorias y noticias de interés para profesionales, usuarios y usuarias, con fecha de celebración o intervalo de tiempo en el que participar.

- » Las convocatorias periódicas deben incluirse en una “agenda del orientador/orientadora”
- » Realizar también un listado de fuentes y organizaciones cuyas convocatorias y noticias deben revisarse con frecuencia. Muchas de esas fuentes están incluidas en este documento

- » Utilizar herramientas o servicios 2.0 para suscribirse y recibir los nuevos contenidos de cada fuente de forma automatizada, tales como Feedly o las propias newsletters de cada fuente
- » Crear también alertas en Google con palabras clave para recibir notificaciones
- » Contactar con fuentes de interés para que nos incluyan de forma manual en su lista de distribución cuando así sea necesario

Ejemplos de noticias y convocatorias

Economía facilita la inserción laboral de 110 jóvenes desempleados y desempleadas en empresas incubadas en los centros de apoyo al desarrollo empresarial. El programa X ofrece prácticas laborales y formativas a menores de 30 años con estudios universitarios o de formación profesional

¿Eres menor de 30, tienes estudios inferiores a Bachillerato y deseas encontrar empleo?
¡Apúntate a nuestros cursos GRATUITOS de Competencias Clave!

Desde Academia Británica, en colaboración con International House Madrid y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, impartiremos el curso subvencionado de: Competencias Clave para Certificados de Profesionalidad con idiomas de Nivel 3 (inglés, lengua y matemáticas)

Este curso tendrá las siguientes características:

Fecha de comienzo: 3 de mayo

Fecha de finalización: 19 de noviembre (agosto no será lectivo)

Horario: 9:00 - 14:00.

Proyecto de Empleo para jóvenes 2016 de Cruz Roja Española

Cofinanciados por el Fondo Social Europeo. Se trata de itinerarios personalizados e integrales en los que trabajamos la inserción de jóvenes a través de tres medidas principales: Orientación Sociolaboral, Formación e Intermediación con Empresas a lo largo del año. Para algunos de nuestros proyectos, las personas jóvenes destinatarias de nuestros proyectos deben ser beneficiarias de Garantía Juvenil.

Hasta 22 de marzo abierto plazo en Bolsa de empleo del Ayuntamiento X.

Convocatoria en > AyuntamientoX.com

17 Marzo “Aplicación de la LOPD en empresas de la Industria Creativa Cultural”

Una jornada para informar a las empresas acerca de los principios, derechos y obligaciones que recoge la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).

El conocimiento de la LOPD además de ser una obligación para todas las empresas, tiene especial importancia porque les permitirá poder adoptar las medidas de seguridad para la protección de los datos personales de los cuales son responsables ante la ley. Esta jornada tendrá lugar el día 17 de marzo de 2016 en horario de 10:00 a 12:00 horas.

Febrero. Talleres presenciales de apoyo a la búsqueda de empleo, en el marco del programa “Activate Buscando Empleo”, financiado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para mujeres desempleadas y ocupadas.

Educación. Recursos de educación, cualificación e itinerarios formativos

Recursos de Educación en general

Recursos sobre acreditación de cualificaciones y competencias

Recursos de Formación profesional y para el empleo

Recursos de formación en el ámbito de universidad

Otros recursos de formación

Servicios. Recursos específicos de orientación y apoyo al empleo

Servicios públicos de empleo, incluyendo los servicios online

Recursos y programas específicos de empleo, inserción y prácticas

Centros y servicios de Orientación Profesional

Recursos para personas con discapacidad y con especiales dificultades

Websites. Sitios web y portales con recursos de empleo y formación

Redes sociales relacionadas con empleo y desarrollo profesional

Linkedin <https://es.linkedin.com/>

Viadeo <http://es.viadeo.com/es/>

AboutMe <https://about.me/>

Womentalia <http://www.womentalia.com/es/> Red social para mujeres y emprendedoras

Beknown <http://beknown.monster.com/> Red social asociada al portal Monster

Facebook <https://www.facebook.com/>

Twitter <https://twitter.com>

Google+ <https://plus.google.com>

Pinterest <https://es.pinterest.com/>

Instagram <https://www.instagram.com/>

Snapchat <https://www.snapchat.com/>

Youtube <https://www.youtube.com>

Whatsapp

Telegram

Portales y servicios 2.0 especializados en empleo

MARCAEMPLEO <http://marcaempleo.es/>

Portal con noticias de empleo, información relativa a oportunidades de formación, bolsas de empleo, autoempleo, empleo público, becas y prácticas, empleo en el extranjero.

INFOJOBS <https://www.infojobs.net/>

Portal con oportunidades de empleo, oportunidades para freelances, para directivos, directivas y managers, y orientación laboral y coaching.

INFOEMPLEO <http://www.infoempleo.com/>

Oportunidades de empleo, empleo internacional y formación.

MONSTER <http://www.monster.es/>

Portal de empleo con información de ofertas

PUNTOS DE EMPLEO <http://www.puntosdeempleo.com/>

Motor de búsqueda de empleo de la provincia de Córdoba. Diputación Córdoba.

OPCIONEMPLEO <http://www.opcionempleo.com/>

Motor de búsqueda de empleo en miles de websites.

INDEED <http://www.indeed.es/>

Motor de búsqueda de ofertas de empleo en portales y empresas.

EMPLEATE <https://www.empleate.gob.es/empleo/#/>

Portal de Empleo Ministerio de Empleo y Seguridad Social

Ofertas de empleo, ocupaciones y contratación. Portal de autónomos y autónomas

JOBANDTALENT <http://www.jobandtalent.com/es>

Ofertas de empleo, oportunidades de formación. Acceso creando cuenta o a través de facebook.

TRABAJOS.COM <https://www.trabajos.com>

Ofertas de empleo y cursos de formación. Acceso creando cuenta y puedes importar tu curriculum desde LinkedIn.

WORKMUNITY <https://www.workmunity.com/es>

Portal con información de empleo. Permite descargar datos de curriculum de LinkedIn.

TECNOEMPLEO <http://www.tecnoempleo.com/>

Empleo especializado en Informática y telecomunicaciones, y Nuevas Tecnologías. Ámbito de empresas TIC.

MILTRABAJOS <http://www.miltrabajos.com/>

Buscador de empleo y trabajo por categorías y ámbito geográfico. Filtro buscador de empresas.

PORTALPARADOS <http://www.portalparados.es/>

Portal de actualidad con noticias de empleo, empleo público, autoempleo, formación.

EXPERTEER <https://www.experteer.es>

Carreras para directivos, directivas y profesionales de alto nivel

JOBSKEY <http://www.jobskeysearch.com/>

Portal de empleo para ejecutivos, ejecutivas y especialistas. Con sede en Arabia Saudi.

Portal MILANUNCIOS <http://www.milanuncios.com/>

JOBFIE <https://www.jobfie.es/Jobfie/>

Recursos Humanos, Selección de personal a medida, Videocurrículum, Video entrevista, Tests a medida, JobCV, Recomendador de empleo

Empleos. Recursos de empleo directo, inserción e intermediación laboral

Centros especiales de empleo

Empresas de inserción

Agencias de colocación autorizadas

Directorios de empresas y empleo por sectores

ETT Empresas de Trabajo Temporal

Empresas de selección de personal

Emprendedores y emprendedoras. Recursos para emprendedores y emprendedoras

Empleo público y oposiciones

Convocatorias de empleo público

“Bolsas de trabajo” públicas

Orientadores y orientadoras. Recursos para orientadores, orientadoras y profesionales de las personas

15. ANEXO. SERVICIOS 2.0 y aplicaciones de interés para la orientación profesional

NOTA. Este listado de servicios y aplicaciones es solo una propuesta (julio 2016) a modo de ejemplo e inspiración. Cada centro de orientación debe elaborar y actualizar con frecuencia su propio inventario de recursos online

Los servicios 2.0 y aplicaciones online de interés para la orientación profesional tienen diversas utilidades:

1. Gestión y elaboración de contenidos informativos y orientadores
2. Elaboración de currículos y presentaciones profesionales online
3. Gestión de blogs, redes sociales y espacios online
4. Comunicación, colaboración y trabajo en equipo
5. Elaboración y publicación de contenidos audiovisuales
6. Búsqueda de información y gestiones tipo office
7. Productividad, calendarización y organización de tareas individuales y en grupo
8. Formación, videoconferencias y presentaciones didácticas
9. Desarrollo y registro de procesos de orientación
10. Contacto y comunicación con usuarios y usuarias de procesos de orientación

APLICACIÓN O SERVICIO	BREVE DESCRIPCIÓN
1password	SEGURIDAD. Gestión de contraseñas
About.me	CURRÍCULUM. Servicio de presentación profesional online
Bloxp	EBOOK. Aplicación gratuita que permite la creación de libros electrónicos partiendo de los canales RSS de las publicaciones favoritas. Los archivos resultantes serán accesibles tanto en ePub como en Mobi, según queramos. Bloxp obtiene hasta 250 entradas publicadas de cada canal RSS para crear el contenido del libro electrónico, con el formato adecuado listo para una lectura clara y agradable
Buffer	PROGRAMACIÓN de publicación de contenidos en redes sociales
Camtasia	VIDEO. Por ejemplo, Camtasia es una aplicación de screencast para grabar y editar vídeo sobre pantalla para producir videotutoriales, presentaciones o guías didácticas de orientación y formación. Camtasia permite realizar capturas de pantalla, resaltar áreas con animaciones, la reconstrucción de clips, anotaciones, la sincronización de audio con subtítulos, etc.
Chrome. Extensiones	CHROME. Extensiones o complementos del navegador con muchas utilidades
Diigo	ARCHIVO 2.0 de contenidos online para verlos más tarde, con posibilidad de compartirlos. Diigo es un sistema de gestión de información personal basado en el concepto "nube" que incluye marcadores web, bloc de notas post-it, archivo de imágenes y documentos, así como selección de textos destacados
Drive	ALOJAMIENTO de archivos en la nube de Google y trabajo colaborativo
Dropbox	ALOJAMIENTO de archivos en la nube y trabajo colaborativo.
Duolingo	INGLÉS. App para aprender inglés de forma muy gradual y con feedback muy frecuente
EditFlow	CALENDARIO Y EDICIÓN COLABORATIVA WP. Plugin que transforma WordPress en herramienta de edición colaborativa. Para organizar el calendario editorial en grupo. De un vistazo, el calendario de publicaciones del blog, estado en el que se encuentra cada artículo (borrador, para revisión, ...) y comentarios internos del equipo. Permite cambiar la fecha de tus artículos simplemente arrastrándolos de un día a otro de tu calendario
Editorial Calendar	CALENDARIO EDITORIAL WP. Plugin para organizar la edición, revisión y publicación de tus artículos. No tiene funciones de trabajo en equipo
edmodo.com	FORMACIÓN. Permite asignar tareas, calendario, test, se integra con Google Drive y no requiere dar el correo al alumnado. Les pasas una clave y acceden a tu curso
Evernote	ARCHIVO 2.0 y productividad
Facebook	Red social
Feedly	AGREGADOR y lector 2.0 de contenidos
Flickr	FOTOS. Red social de fotos
Foursquare	Foursquare es un servicio de localización y recomendación social aplicada a las redes
Google Buscador	BUSCADOR de internet

APLICACIÓN O SERVICIO	BREVE DESCRIPCIÓN
Google Calendar	CALENDARIO 2.0 y trabajo colaborativo
Google Docs	Gestor office 2.0 de textos
Google Forms (Formularios)	Gestor office 2.0 de formularios
Google Groups (Foros)	Gestor 2.0 de foros. Asigna una dirección de correo electrónico al grupo. Tipos de grupo: lista de correo electrónico, foro web, foro de preguntas y respuestas, bandeja de entrada colaborativa. Permisos básicos: ver temas, publicar, unirse al grupo
Google Hangouts	VIDEOCONFERENCIA. Hangouts permite mantener conversaciones entre dos o más usuarios o usuarias. Al igual que en Google+ Hangouts, es posible realizar videollamadas con hasta 15 personas en web y 10 personas desde un smartphone. Funciones: chat, compartir pantalla, compartir Google Docs en modo lectura y edición, activar/desactivar micrófono, activar/desactivar cámara, no grabación privada. Hace check-in a los 90 minutos para comprobar que sigues utilizándolo
Google Mail (Gmail)	EMAIL. Gmail productividad y conectividad. Respuestas automáticas (canned responses). Rapportive (conexión con LinkedIn)
Google Photos	FOTOS. Para organizar y compartir fotos
Google Scholar (Académico)	BUSCADOR. Google Académico es un buscador de Google enfocado en el mundo académico que se especializa en literatura científica-académica. El sitio indiza editoriales, bibliotecas, repositorios, bases de datos bibliográficas, entre otros; y entre sus resultados se pueden encontrar: citas, enlace a libros, artículos de revistas científicas, comunicaciones y ponencias a congresos, informes científicos-técnicos, tesis, tesinas, etc.
Google Sheets (Hojas de Cálculo)	Gestor office 2.0 de hojas de cálculo
Google Sites	Permite crear páginas web
Google Slides (Presentaciones)	Gestor office 2.0 de presentaciones
Google Translate (Traductor)	TRADUCTOR
Google+	Red social
Gotomeeting / Gotowebinar	VIDEOCONFERENCIA. Hasta 1000 participantes. Funciones: chat, compartir pantalla, activar/desactivar micrófono, activar/desactivar cámara, grabación privada
Guide your talent	COMPETENCIAS. App para la evaluación de empleabilidad
Hootsuite	Gestor de contenidos en redes sociales
IFTTT	Aplicación que automatiza la publicación de contenidos en redes sociales
Imovie (Mac)	VIDEO. Realiza estupendas películas gráficas, a partir de tus propios vídeos caseros o pases de diapositivas, con una facilidad de uso más que considerable. Y lo mejor de todo, gratis
infogr.am	Gráficos e infografías. Este servicio crea visualizaciones con tus datos.
Instagram	Red social

APLICACIÓN O SERVICIO	BREVE DESCRIPCIÓN
Ivoox	PODCASTS. Servicios para grabar, publicar, compartir y gestionar podcasts
Jobandtalent	EMPLEO 2.0. Red social para buscar empleo
lastpass	SEGURIDAD. Gestión de contraseñas
Linkedin	Red social
Linkedin PULSE	BLOG interno de LinkedIn. LinkedIn Pulse es una fuente de noticias profesionales que permite descubrir y compartir contenidos interesantes, incluidos los publicados por uno o una misma
Linkedin RAPPORTIVE (Gmail)	CONTACTOS. Plugin Chrome para solicitar contacto en LinkedIn a las personas que te envían un correo usando Gmail
livestream.com/	VIDEO. Streaming. Emisión en directo vía webcam o vía móvil
Mailrelay	EMAIL MARKETING
Mindmaster	MAPAS MENTALES
Paypal	PayPal es un servicio para enviar y recibir pagos por Internet, muy útil para profesionales y empresas online. Es un sistema de pagos electrónicos que facilita las compras seguras por Internet. Se utiliza como alternativa a la transferencia
Periscope	Vídeo streaming en Twitter
Piktochart	INFOGRAFÍAS. Aplicación para realizar infografías
Pinterest	Red social
Pocket	ARCHIVO 2.0 de contenidos online para verlos más tarde.
Powerpoint	PRESENTACIONES. Aplicación para realizar presentaciones
Savefrom.net	DESCARGA. Descarga contenidos audiovisuales de Youtube y otros sitios
Scoop.it	Scoop it es un servicio de curación de contenidos web basado en el filtrado colaborativo donde se realizan predicciones automáticas sobre los intereses de un usuario o usuaria mediante la recopilación de las preferencias de otros muchos usuarios y usuarias
Screenflow	VIDEO. Screencast. Grabación de vídeo sobre pantalla y edición de vídeo. Sus funcionalidades comprenden multitud de acciones para la edición del vídeo: desde realizar capturas de pantalla, resaltar áreas con animaciones, reconstrucción de clips, anotaciones, sincronización de audio con subtítulos etc. Es muy útil para realizar demostraciones de software de gran calidad, demos de aplicaciones, presentaciones e incluso, tutoriales. También puedes probarlo gratis
Skype	VIDEOCONFERENCIAS.
Skype. Aplicaciones para la grabación en vídeo de llamadas	VIDEO. Grabación de videollamada en Skype. Interesante para entrevistas. (Ej. eCamm Call Recorder para Mac; Free Video Call Recorder for Skype para PC)
Slideshare	ARCHIVO 2.0 de presentaciones
Snapchat	Red social
Sniipit	CITAS. Extensión Chrome para recopilación de citas y párrafos online
Socialbro	REDES. Gestión y analítica de comunidades en Twitter

APLICACIÓN O SERVICIO	BREVE DESCRIPCIÓN
Spotify	AUDIO. Música
Spreaker	AUDIO. Podcasts
Squarespace.com/logo/	LOGOS. Aplicación para crear logos
Storify.com	AGREGACIÓN de contenidos
Surveymonkey	ENCUESTAS y formularios
Telegram	MENSAJERÍA. Interesante la posibilidad de crear CANALES para envío de mensajes a todos y todas los que abren el canal, cosa que se hace desde una dirección de internet y con cualquier cliente de Telegram. Básicamente, es un modo de ofrecer información rápidamente a una audiencia
Trello	COLABORACIÓN. Herramienta colaborativa que organiza los proyectos en tableros. Un tablero está distribuido por columnas, que se llaman listas. Cada lista se compone de tarjetas, que son tareas o instancias. La dinámica del tablero es ir avanzando las tarjetas a través de las listas de progresión que establezcas (por hacer, procesando, finalizado). Funciones: fecha de vencimiento y aviso, adjuntar archivos (incluido Google Docs), hacer seguimiento a una tarjeta concreta, imprimir una tarjeta, compartir una tarjeta a partir de su url
Tripadvisor	COMUNIDAD. Viajes
Tweetdeck	Gestión de redes sociales
Twitter	Red social
Ustream	VIDEO. Streaming. Emisión en directo vía webcam o via móvil
Vimeo	VIDEO. Plataforma de publicación de vídeos
Vysor	Extensión Chrome para ver y controlar pantalla de móvil Android en portátil. https://chrome.google.com/webstore/detail/vysor-beta/gidgenkbbabolejbgbpnhbimgjbfefm (Hay que habilitar opciones de desarrollador en el móvil y activar “depuración usb”) http://www.fandroides.com/que-es-y-como-habilitar-la-depuracion-usb-en-android/
Webempresa	Servicios de hosting o alojamientos de contenidos web
WhatsApp	MENSAJERÍA. WhatsApp es una aplicación de mensajería multiplataforma que permite enviar y recibir mensajes mediante internet de manera gratuita
Windows Movie Maker.	VIDEO edición
Wordpress Formación	Plugins con funcionalidades de formación, colaboración, etc.
Wordpress.com	BLOGS. WordPress es un sistema de gestión de contenido CMS enfocado a la creación de bitácoras web o blogs
Wordpress.org	BLOGS. WordPress es un sistema de gestión de contenido CMS enfocado a la creación de bitácoras web o blogs
Xmind	Mapas mentales
Yelp	Yelp es un servicio de localización y recomendación social aplicada a las redes
Youtube	VIDEO. Plataforma de publicación de vídeos
Youtube-mp3.org/es	DESCARGA. Descarga archivos audio mp3 de vídeos de Youtube

16. BIBLIOGRAFÍA y recursos online sobre orientación profesional

NOTA. Deben consultarse los recursos convencionales y online sobre orientación profesional disponibles en el ámbito de la Formación Profesional en Euskadi, incluyendo los propios centros de formación.

Recursos online. Servicios, materiales y publicaciones disponibles en la red

Pueden obtenerse online innumerables recursos y materiales valiosos sobre orientación profesional complementarios a este Manual #FPOrienta. A modo de ejemplo, te proponemos algunos sitios y contenidos accesibles.

En el ANEXO FICHA “ORIENTARECURSOS” puedes encontrar, por ejemplo, sugerencias de aplicaciones, redes sociales, portales y servicios 2.0 relacionados con empleo, orientación y desarrollo profesional.

Superprofesional. 6 superpoderes para aprovechar tu talento y alcanzar tus objetivos

Publicación de Alfonso Alcántara en Alienta (Grupo Planeta). 2015

Descargable parte del libro en Yoriento.com

Tu empleo en 40 pasos

Manual de orientación profesional

Elaborado por Alfonso Alcántara

Descargable en Yoriento.com

La red de contactos

Manual de networking aplicada para la búsqueda de empleo

Elaborado por Alfonso Alcántara

Descargable en Yoriento.com

Guideyourtalent

App de autoevaluación de la búsqueda de empleo

Accesible en <http://guideyourtalent.com>

Guía de LinkedIn para profesionales

Elaborada por María Lázaro

Descargable en <http://www.hablandoencorto.com/>

Guía de Orientación Profesional Coordinada en el ámbito educativo

Fundación Bertelsmann

Descargable en <http://www.fundacionbertelsmann.org/>

Bibliografía de orientación y desarrollo profesional

- » ALCÁNTARA, A (2015). SUPERPROFESIONAL. 6 superpoderes para aprovechar tu talento y alcanzar tus objetivos. Barcelona: Alienta Editorial. Grupo Planeta. (Descargable parte del libro en Yoriento.com)
- » ALCANTARA, A. (2002). La Red de Contactos. Sevilla: Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. Junta de Andalucía (Libro descargable en Yoriento.com)
- » ALCÁNTARA, A. (2001). Tu empleo en 40 pasos. Palma de Mallorca: Fondo Social Europeo. Conselleria de Treball i Formació. Govern de Les Illes Balears y Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares (CAEB). Libros del Orientador y del Usuario (Libro descargable en Yoriento.com)
- » ALCÁNTARA, A., SERRANO, MA., PEDRAZA JP., LLAMAS, V. Y LEÓN, P. (2001). LABORA IURIS. Manual Didáctico y Test de Derechos para el Empleo. Córdoba: Grupotres y Cajasur
- » ALCÁNTARA, A. (1999). LABORA 2- Manual de Orientación y Servicios para el Empleo. Madrid: Red ARAÑA. Financiado por el programa 0,52 IRPF del Ministerio de Asuntos Sociales
- » ALCÁNTARA, A. (2000). Orientación Profesional: Conceptos y Sugerencias. (Artículo en publicación "Orientació laboral. Una eina per a la inserció"). Palma de Mallorca: Govern de Les Illes Balears. Conselleria de Treball
- » ALCÁNTARA, A. (1995). LABORA- Servicios de Promoción de Empleo. Madrid: Red ARAÑA. Financiado por el programa 0,52 IRPF del Ministerio de Asuntos Sociales.
- » ÁLVAREZ GONZÁLEZ, M. (1995). Orientación Profesional. Barcelona: CEDECS
- » BACHRACH, A.J. (1981). Cómo investigar en Psicología. Madrid: Morata
- » BARLOW, D.H. Y HERSEN, M. (1988). Diseños Experimentales de Caso Único. Barcelona: Martínez Roca
- » BUCAY, J. (1999/2003). Déjame que te cuente. Barcelona: RBA
- » CADE, B. Y HUDSON, W.H. (1993/1995). Guía Breve de la Terapia Breve. Barcelona: Paidós
- » CARNEGIE, D. (2008). Cómo ganar amigos e influir sobre las personas. Elipse
- » CASTELLS, M. (1997). La era de la información. Madrid: Alianza Editorial
- » COMISIÓN EUROPEA (1994). Crecimiento, competitividad y empleo. Libro Blanco. Pistas para entrar en el S. XXI. Luxemburgo: Oficina de publicaciones oficiales de las CCEE
- » COMISIÓN EUROPEA (1995). Enseñar a aprender. Hacia la sociedad cognitiva. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de las CCEE

- » COOK, M.J. (2000). Coaching efectivo. Cómo aprovechar la motivación oculta de su fuerza laboral, Ed. McGraw Hill
- » DIETRICH, G. (1986). Psicología General del Counseling. Barcelona: Herder
- » DUMON, CH. ET AL. (2000). El puesto es suyo. Claves para la entrevista de trabajo. Barcelona: Gestión 2000
- » DYER, W. (2010). El poder de la intención, Debolsillo
- » EL-GHANDOURI, L. (2007). El despido interior, Alienta
- » ELLIS, A y GRIEGER, R (2000). Manual de Terapia Racional Emotiva. Bilbao: DBB. Primera edición 1981
- » ELLIS, A. Y DRYDEN, W. (1987). Práctica de la terapia racional emotiva. Bilbao: Desclé de Brower
- » ELLIS, K. (1996/2001). La lámpara mágica. Madrid: Urano
- » FERNÁNDEZ BALLESTEROS, R. (1994). Evaluación Conductual Hoy. Madrid: Pirámide
- » FINKEL, L. (1994). La organización social del trabajo. Pirámide
- » FRIED, J. Y HEINEMEIER, D. (2010). Rework. Random House
- » FUNDACIÓN CIREM
- » FUNDACIÓN EUROPEA PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES DE VIDA Y DE TRABAJO (1997). El Papel de la orientación de adultos y el asesoramiento sobre empleo ante la evolución del mercado de trabajo. Informe Final Eurocounsel. Loughlinstown, Co. Dublin. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas
- » FUNDACIÓN TOMILLO (2000). Los nuevos yacimientos de empleo. Guía práctica para conocerlos. Madrid: Santillana profesional
- » GALLEGO, S. (2000). Cómo planificar el desarrollo profesional. Actividades y estrategias de autoorientación. Barcelona: Laertes
- » GOLDSTEIN, A. Y OTROS (1990). Habilidades sociales y autocontrol en la adolescencia. Barcelona: Martínez Roca
- » GORZ, A. (1997). Metamorfosis del trabajo. Madrid: Sistema
- » HUDSON O'HANLON, W. Y WEINER- DAVIS, M. (1990). En busca de soluciones. Un nuevo enfoque en psicoterapia. Barcelona: Paidós
- » IBARRA, H. (2003). Estrategias poco convencionales para reinventar su carrera profesional, Deusto

- » INEM (1997). Materiales IOBE: Información, Orientación y Búsqueda de Empleo
- » INEM (2000). Desarrollo de Aspectos Personales para la Ocupación (DAPO). Materiales de Orientación Profesional para el Empleo (OPE). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales
- » INEM (2000). Tutoría Individualizada. Materiales de Orientación Profesional para el Empleo (OPE). Madrid: Ministerio de trabajo y Asuntos Sociales
- » JUNTA ANDALUCÍA (1997). Orienta. Materiales de Orientación. Sevilla: Consejería de Trabajo
 - » KROGERUS, M. Y TSCHAPPELER, R. (2011): El pequeño libro de las grandes decisiones, Alienta
- » LAUNER, V. Y CANNIO, S. (2008). Prácticas de coaching. LID Editorial
- » LÓPEZ MENA, L. (1989). Intervención psicológica en la empresa. Barcelona: Martínez Roca
- » MARTIN, G. Y PEAR, J. (1998). Modificación de conducta. Qué es y cómo aplicarla. Madrid: Prentice Hall.
- » MINUCHIN, S. (1988). Técnicas de Terapia Familiar. Barcelona: Paidós
- » OFFE, C. (1984). La sociedad del trabajo. Madrid: Alianza Universidad
- » OJIRO, Y. Y MIRALLES, F. (2006). El zen de la empresa, Alienta
- » PADILLA, T. (2001). Estrategias para el diagnóstico y la orientación profesional de personas adultas. Barcelona: Laertes
- » PÉREZ ÁLVAREZ, M. (1996). La psicoterapia desde el punto de vista conductista. Madrid: Biblioteca Nueva
- » PÉREZ ÁLVAREZ, M. (1996). Tratamientos Psicológicos. Madrid: Universitas
- » PEREZ ORTEGA, A. (2011). Expertología, Alienta
- » PÉREZ, V., GUTIÉRREZ, MT, GARCÍA, A. Y GÓMEZ, J. (2005). Procesos psicológicos básicos. Un análisis funcional. Madrid: Pearson
- » PIERA, M. (2011). Buscar trabajo para dummies, Editorial Para Dummies, Planeta
- » POLO, F. Y POLO, J.L. (2012). Socialholic, marketing en redes sociales. Gestión 2000
- » PONTE, E. y FERNÁNDEZ, E. (2006). Conecta, manual de intermediación laboral. Red Araña.
- » PROMOCIONS (1996). El empleo de los inempleables. Madrid: Editorial Popular
- » PROMOCIONS (2000). Trabajar para vivir. Madrid: Editorial Miraguano

- » PUCHOL, L. (1984). La venta de sí mismo. Díaz de Santos
- » REHM, L. (1991). "Métodos de autocontrol". En V. Caballo (Ed.). Manual de modificación y terapia del comportamiento (pp. 655-683), Pirámide.
- » REPETTO (1999). Tu futuro profesional. Madrid: CEPE
- » REQUENA SANTOS, F. (1991). Redes Sociales y Mercado de Trabajo. Madrid: CIS Siglo XXI
- » RIFKIN, J. (1996). El fin del trabajo. Barcelona: Paidós
- » RODRÍGUEZ MORENO, M.L. (1992). El Mundo del Trabajo y las funciones del Orientador. Barcelona: Barcanova
- » RODRÍGUEZ MORENO, M.L. (1998). Orientación Profesional. I: Teoría. Barcelona: Ariel
- » RODRÍGUEZ MORENO, M.L. (2000). Enseñar a explorar el mundo del trabajo. Archidona: Aljibe Editorial
- » RUMIATI, R. (2000/2001). Decidirse: ¿cómo escoger la opción correcta?. Barcelona: Paidós
- » SEGURA, M., SÁNCHEZ, P. Y BARBADO, P. (1995). Análisis Funcional de la Conducta. Un modelo explicativo. Granada. Universidad de Granada
- » SPENCER J. (2000). Quién se ha llevado mi queso, Urano
- » TRÍAS DE BES, F. (2007). El libro negro del emprendedor, Empresa Activa
- » WHITMORE, J. (2003). Coaching. El método para mejorar el rendimiento de las personas. Barcelona: Paidós
- » WILSON. K. Y LUCIANO, M.C. (2002). Terapia de aceptación y compromiso (ACT). Un tratamiento conductual orientado a los valores. Madrid: Pirámide
- » ZEUS, P. Y SKIFFINGTON, S. (2002). Guía completa de coaching en el trabajo. Madrid: McGraw-Hill

