

Una visión global de los servicios de carreras profesionales para jóvenes

Aunque puede sonar demasiado ambicioso, el objetivo de este capítulo es el de realizar un acercamiento a los diferentes servicios profesionales que ofrecen a los jóvenes los diferentes países europeos. De esta forma, los autores han comprobado las grandes diferencias existentes entre los países incluidos en el estudio, tanto culturales como organizativas. Resulta básico prestar atención a los cambios sucesivos ocurridos en este campo: aquellos países que tienen una larga tradición en la materia están intentando principalmente actualizar sus estructuras; aquellos cuya preocupación es más reciente están dirigiendo sus recursos hacia la creación de unos servicios adecuados.

Las siguientes páginas intentan ofrecer una información básica sobre servicios a los que se pueda consultar, mostrando las principales características de las instituciones existentes, personas y procedimientos. De todas formas esta presentación no pretende ser exhaustiva, pues tal labor es demasiado amplia para el propósito de este Manual.

Los principales cambios ocurridos recientemente en materia de educación, economía y mercado laboral han producido un gran impacto en la manera de realizar y desarrollar las consultas. En términos prácticos esto significa que los nuevos “actores” han comenzado a trabajar en este campo a través de diferentes procedimientos y medios. Todos estos cambios han transformado las labores de consulta en una herramienta crucial para la integración de la gente en los sistemas educacional y laboral.

Si hace algunas décadas la gente solía demandar este tipo de servicios en momentos esporádicos de su vida, básicamente cuando debían decidir sobre su educación o su profesión, en la actualidad esto ha cambiado de forma drástica. La tendencia actual ha

impuesto el principio de flexibilidad, lo que quiere decir que la vida laboral –incluso la formación – está mucho más diversificada: la mayoría de la gente no mantiene el mismo trabajo durante toda su vida sino que probablemente cambiará de profesión, y en caso de no hacerlo, lo más seguro es que tengan que desarrollar nuevas habilidades para ser capaces de mantener su puesto en el mercado laboral.

Esta es la razón por la que las labores de orientación se presentan cada vez menos como una necesidad aislada, y más como un servicio de apoyo a la gente a la hora de desarrollar nuevas habilidades, así como de ser conscientes y responsables en la toma de decisiones que afectan a sus vidas.

Todos los cambios expuestos con anterioridad han provocado un impacto no sólo en el volumen de servicios de orientación, en la propia orientación como actividad o en el profesionalismo requerido para llevarla a cabo, sino que también, por supuesto, en la forma en que las organizaciones que trabajan en este campo están siendo “construidas” dentro de un sistema (escuelas, universidades, centros de formación vocacional, agencias de trabajo, etc.)

La baja interdependencia de los diferentes sistemas fue/es de alguna manera dictada por las características de la economía y del mercado laboral. Sin embargo, estas características están desafortunadamente lejos de ser trasladadas a una red de trabajo eficaz entre todos los estamentos relacionados. La situación está cambiando lentamente hacia una consecuente interdependencia entre instituciones, recursos y procedimientos.

La distinción principal entre las instituciones y las organizaciones que trabajan en el campo de orientación está basada en la diferencia gubernamental/público y no gubernamental/privado.

El sector gubernamental incluye todos aquellos servicios ofrecidos por la administración pública, ministerios, estado, regiones y provincias. El sector privado está compuesto por asociaciones, organizaciones y fundaciones. Además de estas dos categorías existe actualmente un amplio universo basado en los servicios web que proporciona tanto información como orientación online.

Estos tres sectores no suelen actuar como un sistema, que proporciona servicios integrados y maximice el profesionalismo y los recursos, sino que suelen trabajar de forma aislada, o realizando acuerdos y colaboraciones.

1. El sector público

Casi en todos los países, las instituciones gubernamentales determinan la política nacional destinada a los niños y jóvenes. Definen las políticas de juventud, las características laborales en documentos formalizados y planean y coordinan actividades y programas específicos para jóvenes. Todas estas funciones las ejecutan como un cuerpo coordinado para otras instituciones, entregando información y orientación profesional en materia de ocupación y empleo; tienen sistemas metódicos de ayuda a otras instituciones que trabajan en temas similares, tanto de educación como de desarrollo profesional; toman parte en procesos de orientación y ayuda a empleados en la búsqueda de nuevos objetivos laborales y realizan programas especialmente para jóvenes.

Las áreas de trabajo más amplias en este sector son con frecuencia las siguientes:

- Instituciones dependientes de los Ministerios de Educación

Este subsector incluye de forma mayoritaria a escuelas, institutos y universidades. Los tiempos actuales han mostrado la necesidad de incluir la orientación en sus programas. Si hace algunos años dicha orientación surgía como el producto de proyectos aislados con el ánimo de establecer un nexo de unión entre la educación y el mercado laboral, hoy en día la mayoría de las escuelas incluye servicios permanentes más o menos desarrollados que proporcionan apoyo a sus estudiantes a la hora de planear su presente y su futuro. Estos servicios varían en función de las estructuras y dirección de cada centro pero suelen ofrecer actividades como seminarios de organización, encuentros, visitas, materiales, guías,...

- Instituciones dependientes de los Ministerios de Trabajo

Casi en todos los países aquí mencionados, los Ministerios de Trabajo tenían como misión la de actuar con el objetivo de maximizar los resultados en materia de educación y empleo, minimizando el paro.

Esto resultaba un hecho cultural y de alguna manera natural; si partimos de la base de que el Ministerio de Trabajo de los Estados Unidos era una institución encargada de dirigir las relaciones laborales, incluyendo los servicios de consultoría.

Actualmente la centralización es un principio de control que sustancialmente pertenece al pasado. En muchos sectores los estados delegan su poder a instituciones locales que pueden satisfacer mejor las necesidades específicas y establecer un contacto directo con los usuarios.

En el ámbito laboral ocurrió lo mismo. Los cambios sociales demostraron que era el momento de reconstruir las estructuras así como de actuar a favor del autofortalecimiento de la juventud o de gente desfavorecida en la búsqueda de prevenir el desempleo antes que de “curarlo”.

Si las oficinas de empleo se basaban con anterioridad en meros procedimientos burocráticos, en la actualidad adoptan metodologías más flexibles, compartiendo los resultados obtenidos por el sector privado y basando sus servicios en la persona, su potencial, sus necesidades de educación/formación y sus conocimientos.

Esta situación es ya una realidad en la parte de Europa que presenta una amplia tradición en este campo, mientras que en aquellos países cuyos sistemas eran completamente inadecuados en comparación con los actuales desafíos existentes en la Unión Europea (en la búsqueda de una economía mucho más fuerte como resultado de la inversión en sus ciudadanos y sus recursos humanos), se presentan muchas dificultades para su establecimiento.

- Servicios locales dependientes de los Ayuntamientos y Gobiernos Regionales

En un marco de trabajo comparativo, este sector es probablemente el más difícil de resumir. Se sabe de hecho que la regulación de las instituciones locales puede variar mucho de unos países a otros.

Los “actores” e instituciones implicadas son con frecuencia completamente heterogéneos, y con frecuencia esto suele ocurrir dentro de un mismo país.

En términos generales este área incluye todos aquellos servicios desarrollados por Ayuntamientos, Gobiernos Regionales y/o Provinciales directamente a través de sus oficinas (centros de trabajo, oficinas de empleo, etc.) o a través de asociaciones menores financiadas por ellos. A esta amplia categoría, deberían añadirse todas aquellas actividades ofrecidas por sociedades y asociaciones empresariales.

Las características de estos servicios dependen con frecuencia de su territorio de acción, aunque la mayoría de ellos encuentran actualmente dificultades para reaccionar ante los cambios tan rápidos ocurridos en este campo en términos de tecnología, recursos y procedimientos.

2. Sector no gubernamental/privado

Las instituciones no gubernamentales están definidas como un sistema de organizaciones que difiere en número y características, objetivos y misiones. El intento de resumir o representar adecuadamente el trabajo realizado a diferentes niveles por estas organizaciones es especialmente complicado.

Probablemente una de las mayores diferencias se establece entre profesionales y voluntarios, después entre aquellas organizaciones que ofrecen servicios profesionales entre sus actividades principales o entre sus actividades secundarias. Estas últimas en la mayoría de los casos sólo ofrecen información, apoyo educacional o actividades de formación; por esta razón no pueden ser excluidas de este campo, aunque en realidad no lo representan por completo.

Esta consideración conllevaría abordar un tema probablemente demasiado complejo para los propósitos buscados en este capítulo, pero es significativamente importante como para ser mencionada.

De hecho, la variedad de organizaciones que trabajan en este campo muestra por un lado la flexibilidad del sector privado a la hora de responder ante necesidades urgentes de este tipo (educación juvenil, información y desempleo); y por otro lado recuerda la necesidad de regular el sector introduciendo estándares precisos tanto en las estructuras, los recursos y los procesos.

En términos generales pocas veces se desarrollan servicios destinados al avance profesional, la mejora del estilo de vida, la organización de actividades de tiempo libre, la protección de la gente joven contra la crueldad y la explotación, el ofrecimiento de programas educacionales para desempleados y la organización de actividades de apoyo a jóvenes trabajadores o gente desfavorecida.

3. Tecnología de la Información y Servicios Profesionales

Actualmente se están desarrollando cambios importantes en el campo de los servicios de orientación. El impacto de las nuevas tecnologías ha resultado bastante importante en muchos sectores de nuestra vida pública y privada. Estos cambios han acarreado dos consecuencias principales: se han modificado los servicios existentes y la forma en que se ofrecían y esto ha permitido la creación de nuevos servicios, completamente diferentes y radicalmente determinados por la tecnología a partir de la cual son ofrecidos¹.

En el primer caso, servicios profesionales ya existentes se han visto obligados a ofrecer sus actividades a través de las nuevas tecnologías de información.

Esto ha producido cambios importantes como:

¹ Véase el anexo y www.careercenteronline.org

- Adquisición o acceso a los nuevos medios (hardware y software).
- Actualización de conocimientos y habilidades.
- Acceso a Internet.
- Oportunidad de comunicación en tiempo real.

En el segundo caso, ha sido más frecuente que el proveedor o los servicios basados en Internet fueran conscientes antes que otros del potencial de los nuevos medios, aplicándolos a los servicios de desarrollo profesional para jóvenes así como a otros muchos sectores.

Las tecnologías de información representan de forma segura un apoyo importante a la juventud en la búsqueda de trabajo (tanto en su propio país como en el extranjero).

Por supuesto los servicios basados en Internet no pueden proporcionar servicios personalizados, ofreciendo con frecuencia recursos de información para servicios de desarrollo en carreras estandarizadas, instituciones y programas educacionales, programas de intercambio juvenil o entretenimiento (juegos por ordenador en la mayoría de los casos).

La proporción de gente joven que aprovecha estos servicios es sin embargo todavía pequeña, no distribuida uniformemente entre los países incluidos en esta exposición (como muestra el seguimiento llevado a cabo en el marco de trabajo del proyecto Leonardo da Vinci, Desarrollo de Servicios de Carreras Profesionales para Jóvenes, y el análisis de las necesidades de los consejos requeridos). La posibilidad de navegar en la red es un privilegio. Depende estrictamente del lugar de residencia (tanto países, como ciudades o zonas rurales), las posibilidades económicas y el estado social de los usuarios, ya sean trabajadores, estudiantes o desempleados. Sin embargo, en el siglo XXI, estos servicios resultan inconcebibles sin el apoyo de las tecnologías de información. Se pueden aprovechar dichas tecnologías en la página www.careercenteronline.org y en el CD “En el Mercado Laboral”.

El encuentro con el usuario

Este capítulo analiza el tema del primer encuentro con el usuario. Este paso tiene una gran importancia. Es el momento en que se construye la primera relación entre el orientador y el usuario, la base que probablemente decidirá si el usuario proseguirá o no el proceso. El orientador debe organizar no sólo la parte interpersonal de este encuentro, sino todos aquellos elementos y recursos que pueden proporcionar un estado de confianza y una actitud positiva del usuario hacia el servicio. Por una parte, estas páginas tratan elementos muy específicos de este primer encuentro y por otra explican aspectos relativos al procedimiento y metodología del proceso completo.

La gestión de los diferentes servicios de orientación descritos presenta una serie de funciones clave. Dentro de estas la que más importancia tiene es la bienvenida al usuario, que es una parte básica dentro de la estructura compleja que representa el servicio.

Con el término “recepción” entendemos una interacción eficaz y positiva – de comunicación y de contenido – entre el orientador y el usuario, favorecida por un conjunto de recursos del entorno, recursos instrumentales y recursos de estructurales encaminados a alcanzar ese mismo objetivo.

Esta definición destaca la importancia del cuidado que debe tener el orientador no solamente con respecto a la relación y al contenido sino también con respecto a la organización de todos los recursos que podrían facilitar al usuario el consumo del servicio. Como el mismo término indica, la recepción es el primer contacto entre el orientador y el usuario: desde este contacto se construirá la relación entre el usuario y el servicio, se establecerá la base de una colaboración productiva y de una relación basada en el reconocimiento mutuo y la “confianza”.

El usuario no se limitará sólo a ejercer una petición, sino una vez descubierta la necesidad, a medirla y evaluarla, pensando en las soluciones que se le ofrecen, la interacción establecida y los indicadores del contexto frente a los criterios de reconocimiento, sencillez, visibilidad y accesibilidad.

Más tarde veremos en qué forma los datos del contexto (desde la forma, disposición y orden de los elementos arquitectónicos hasta la red informativa interna, el lugar y la disponibilidad de los sistemas de información y auto consulta) pueden ayudar al usuario, junto con una interacción eficaz, a construir la calidad del servicio.

En este capítulo intentaremos dedicar más atención a los aspectos relacionados con la calidad de la fase del primer encuentro, sabiendo que esta fase, por lo delicada que es, puede representar algunas peculiaridades metodológicas y perseguir sus objetivos particulares mediante un procedimiento de orientación, a la vez que propondremos numerosas estrategias. Esto exige por parte del orientador una conducta muy profesional en términos de capacidad y competencias de comunicación y organización.

La exigencia de unas altas competencias profesionales se relaciona estrictamente con la complejidad y la delicadeza de esta fase. Una fase en la que, en un breve periodo de tiempo y con un perfil de los usuarios muy variado – adultos, jóvenes, desfavorecidos (respetando la tipología y el interés subjetivo y el hecho de que en el primer momento el usuario puede presentar algunos síntomas de ansiedad frente a la nueva situación), el orientador debe conseguir una serie de resultados favorables, de los cuales algunos son ya típicos de fases anteriores:

- Organizar un escenario adecuado
- Empezar y gestionar el proceso de comunicación
- Explicar el tipo de servicios ofrecidos
- Aclarar el papel y las funciones del orientador
- Sistematizar las necesidades del cliente y los aspectos detallados de la consulta

- Explicar al usuario la forma y el horario de trabajo
- Ayudar al usuario a encontrar su necesidad con la auto exploración y explicación
- Efectuar el análisis y la valoración de las necesidades del usuario
- Imponer y negociar una propuesta, creando un proceso adecuado para poder contestar las necesidades que surgirán en el futuro
- Aceptar el proceso o remitirse a otro servicio parecido para satisfacer las exigencias.

1. La reunión con el usuario: aspectos de comunicación

Estamos en el punto del primer contacto, el momento de las presentaciones, del conocimiento del servicio, del reconocimiento mutuo (entre el orientador y el servicio por una parte y el usuario por la otra).

Esta fase requiere que el orientador dé muestras de:

- Disponibilidad integral
- Interés abierto
- Voluntad de comprensión
- Actitud sin juicios de valor
- Actitud no dictatorial

La dimensión metodológica aquí descrita presupone que el objetivo del orientador es la creación de un clima abierto de colaboración: de hecho el objetivo del orientador es

comunicar CON alguien y no A alguien, por eso su esfuerzo tiene que ir en un proceso circular, no tanto encaminado a motivar al usuario (te digo qué dirección escoger) sino a conseguir su auto motivación (construyamos juntos los elementos para que tú puedas identificar tus objetivos y cumplir con ellos).

Para conseguir los objetivos metodológicos arriba descritos hay que adoptar algunas estrategias que identifican los aspectos más básicos de una comunicación eficaz:

- **Comunicarse de forma calurosa, mostrando interés**
- **Utilizar el mismo lenguaje que el interlocutor** (verbal y no verbal)
- **Definir el significado del evento** (definir el propio papel y los objetivos del coloquio)
- **Utilizar un lenguaje no verbal adecuado** (tono de voz tranquilo)
- **Presentar de forma clara y sintética los contenidos** (repetiendo varias veces el motivo y los objetivos del encuentro)
- **Mantener un contacto emocional y cercano** (evitar las discrepancias respecto a las emociones del usuario)
- **Escuchar de forma activa** (evitar las interrupciones; escuchar hasta el final; reforzar de forma no verbal; verificar que se ha comprendido lo que comunica el usuario; ayudar – si es necesario – al usuario a estructurar sus ideas; tener cuidado con lo que no se dice)
- **Mostrar una postura y un modo de ser abiertos y congruentes**
- **Que sea el usuario el que más habla**
- **Expresar simpatía / empatía**

- **Verificar constantemente la eficacia de la conversación**
- **Servirse frecuentemente de la reformulación**
- **Asumir la responsabilidad de los malentendidos**
- **Reflexionar antes de dar el feedback**
- **Saber negociar**
- **Terminar teniendo un interés vivo**

Parece claro que las reglas, con las que debe cumplir el orientador durante la primera cita con el usuario, son las mismas en cualquier coloquio. Durante la fase de recepción todos estos elementos asumen una importancia mayor sobre todo porque el usuario tiende a erigir una especie de barrera mental frente a un servicio que todavía no conoce bien y con respecto al cual normalmente alimenta grandes expectativas, y es por eso que el orientador debe emplear todos los aspectos descritos (verbales, para verbales y no verbales) en la misma medida. A veces pasa, que el mismo usuario no es consciente de sus propias necesidades: sus preguntas explícitas a menudo esconden ulteriores exigencias y es tarea del orientador la de encontrar lo que está más allá de lo que se le pide explícitamente, facilitando así al usuario la explicación, investigando e indicando soluciones para las necesidades expresadas y en algunos casos, latentes.

2. Elementos de organización y contexto

Como se ha mencionado en el capítulo anterior, un contexto adecuado es de vital importancia para comunicar mensajes claros, congruentes y positivos.

Es por eso importante que el orientador intente organizarlo con cuidado para facilitar una interacción óptima: el contexto comunica al usuario mensajes que, de forma

consciente o más a menudo inconsciente, le informan sobre la naturaleza de la futura relación influyendo de tal manera en sus expectativas.

Los indicadores del contexto se consideran la arquitectura, la red informativa, el plano, la distancia, que forman un “sistema de memoria” que recordará siempre al usuario el contexto y las reglas explícitas e implícitas que este conlleva.

El significado de estos indicadores es:

- Arquitectura: predisposición del espacio físico en términos de organización de espacios, selección y disposición de los muebles. Evitar lugares con difícil acceso, mostradores de recepción con separadores; etc.
- Red informativa: código de comportamiento interno. Evitar sofás demasiado blandos; mostradores de recepción demasiado altos que dejen al usuario de pie durante toda la entrevista; etc.
- Plano: conjunto de reglas no escritas sobre las interacciones sociales dentro del sistema que el contexto comunica al usuario. Las reglas se refieren a las relaciones sociales interpersonales que se admiten dentro de un espacio concreto (por ejemplo, entrando en dicho espacio el usuario debería comprender de inmediato si necesita esperar en una cola, en qué puede ocupar su tiempo mientras espera, si no debe traspasar una línea para no molestar al usuario que le precede, etc. Todas estas son reglas, con frecuencia no escritas, que el usuario puede entender con sólo echar un vistazo y observar la gestión del espacio).
- Distancia: análisis de la distancia que permite a los orientadores organizar mejor la relación con el usuario. Como ya se sabe, las distancias pueden variar bastante dependiendo de factores culturales, étnicos y sociales. El mismo comportamiento hacia usuarios con diferentes fondos culturales puede resultar demasiado cercano en algunos casos y demasiado frío en otros. El espacio a mantener entre el usuario y el orientador se puede conceptualizar con el siguiente esquema:

- *Distancia íntima:* variable, según individuo y cultura, entre 20 y 50 cm. Esta distancia representa el límite que cualquiera considera como espacio insuperable con excepción de las estrechísimas relaciones afectivas;
- *Distancia personal:* variable, según individuo y cultura, entre 50 y 120 cm. Indica buenas relaciones aunque no consienten superar el límite de la distancia íntima;
- *Distancia social:* variable, según individuo y cultura, entre 120 y 300 cm. Es la distancia de las relaciones formales, donde los mensajes, escritos o no, requieren el uso de obstáculos y roles (escritorios, mostradores, paneles separadores...);
- *Distancia pública:* variable, según individuo y cultura, entre 300 y 800 cm. Es una distancia empleada en casos de tratar con público numeroso (conferencias,...).

El orientador tendrá que, sin cruzar la distancia personal que de todos modos lo separa del usuario, organizar el espacio de forma adecuada para permitir la construcción de una relación de proximidad evitando enviar mensajes implícitos o explícitos sobre la separación existente.

Preferiblemente las partes tendrán que encontrar la manera de estar a gusto en el Centro, lo que les permitirá tener a su disposición no sólo los servicios necesarios sino también diversas áreas de información (archivos organizados según campos de interés, tabloneros, etc.), materiales de apoyo y asientos disponibles para responder a las exigencias de espera y a la primera información del usuario.

3. Cómo reconocer e interpretar las expectativas del usuario

Se ha descrito en el capítulo anterior la delicadeza del primer encuentro con el usuario, de la fase de reconocimiento recíproco, en la cual el orientador y el usuario se reconocen uno a otro. En esta fase el orientador tendrá que explicar al usuario su propio papel: qué le puede ofrecer el servicio; qué es lo que le puede ofrecer él como orientador, aclarando hasta dónde se pueden extender sus competencias, cuál será el horario de la actividad descrita, así como las metodologías empleadas.

Tras esta fase, sigue la fase de recogida de los datos del usuario y, finalmente la presentación de las necesidades del usuario. El orientador procesará los datos importantes obtenidos del usuario, aclarándole por qué es necesario hacerlo, pidiéndole permiso para hacerlo y exponiendo aquellos elementos clave de la entrevista para construir un elemento de apoyo para todas las futuras actividades y relativas al mismo usuario.

El objetivo de la entrevista será buscar el conjunto de las necesidades del usuario mediante un proceso de “investigación” realizado por parte del mismo usuario, indagando en sus intereses y objetivos y en sus proyectos formativos/profesionales, relacionados con la pregunta expuesta al principio. En este contexto es muy importante el papel aclaratorio que asume el orientador en la interacción con el usuario: preguntar con el objetivo de entender mejor es precisamente la tarea del orientador.

En particular el orientador planteará:

a) Preguntas cerradas

- Cuando quiera saber algo en especial
- Cuando deba verificar y confirmar lo comprendido
- Cuando una persona presente dificultades a la hora de comunicar para evitar futuras ansias del usuario
- Cuando deba centrarse en la conversación y llegar a una conclusión determinada

b) Preguntas abiertas que permitan al usuario exponer libremente necesidades conscientes o inconscientes:

- Útiles a la hora de recoger información compleja
- Permiten extender el diálogo hacia las áreas de comprensión más amplias
- Útiles a la hora de iniciar la entrevista porque permiten al usuario expresar su opinión
- Útiles especialmente con los usuarios que no muestran particulares dificultades de comunicación y/o problemas de ansiedad.

c) **Preguntas aclaratorias** consistentes en la reformulación de lo ya expresado que permiten:

- Interpretar lo que el interlocutor dice/piensa en otras palabras (parafrasear)
- Animar al interlocutor a aclarar sus ideas
- Superar las generalizaciones y las ambigüedades
- Comprender con más precisión lo que el interlocutor piensa.

Después el orientador debe:

→ **Hacer preguntas de forma que pueda recoger la información deseada**

- Utilizar preguntas abiertas para facilitar la comunicación
- Utilizar preguntas cerradas para centrar la conversación
- Utilizar preguntas aclaratorias para obtener respuestas específicas o dirigir la conversación en la dirección deseada.

→ **Escuchar las respuestas**

- Centrar la atención en lo que el usuario comunica
- Evitar interrumpir mientras el usuario habla

→ **Hacer preguntas centradas en el objetivo según modelos predefinidos**

- Determinar qué información es necesaria para comprender la pregunta del usuario
- Evaluar constantemente si la información obtenida es útil en el intento de alcanzar el objetivo
- Reformular las preguntas en caso de que no se hayan obtenido las respuestas adecuadas

Durante la entrevista es necesario no olvidar que la tarea del orientador es facilitar al usuario modos de activación de la motivación hacia la conciencia y utilización de los recursos, proporcionar auto confianza en sus propias capacidades y responsabilizar al usuario con respecto a las elecciones tomadas. Una vez recogida la información el orientador tendrá que seguir interpretándola. El análisis de estos datos podrá significar la confirmación o la modificación de la pregunta inicialmente expuesta por parte del usuario: por eso el orientador tendrá que reformularla con respecto a las indicaciones del usuario, en caso de que haya que incluir más necesidades de las previstas. El orientador tendrá que explicar esta reformulación al usuario, sirviéndose de los datos concretos aparecidos durante la entrevista.

También se puede proceder a otro encuentro orientado a individualizar y analizar las necesidades que surgieron en la primera entrevista.

4. La propuesta de orientación: firma del contrato con el usuario

Tras formular la pregunta y realizar el análisis, el orientador presentará al usuario una propuesta de orientación explicándole el proceso propuesto y el servicio, interno o externo, que le podrá ayudar.

Es importante subrayar que, como ya se ha dicho, la tarea del orientador es presentar la propuesta de orientación, apoyándola con el análisis de los elementos aparecidos en la entrevista: no es tarea del orientador decidir la propuesta; después de presentarla, debe dejar al usuario que decida solo.

En cuanto el usuario decida aceptar la propuesta, tendrá que firmar un acuerdo de orientación con el orientador. La elaboración del contrato de orientación tiene un gran significado psicológico ya que obliga al usuario a asumir sus responsabilidades de forma seria y veraz. El orientador debe tener en cuenta que pedir al usuario su firma en el contrato puede representar una situación estresante. Por eso es muy importante explicar bien todos los elementos de este contrato antes de proponérselo. Los ejemplos adjuntos de “Hojas de encuentros” y “contratos” pueden ser de ayuda.

Tras firmar el contrato termina el primer encuentro. Sin embargo la conclusión del encuentro requiere mucha atención. Este paso debe centrarse en los siguientes requisitos:

- Cognitivos: el orientador debe resumir los temas tratados durante la entrevista y las actividades desarrolladas;
- Sociales: el orientador debe satisfacer al usuario;
- De motivación: el orientador debe animar al usuario para mantenerlo involucrado y analizar en profundidad los temas tratados.

En conclusión, el orientador debe quedar con el usuario para el próximo encuentro o redirigirlo a otro servicio más especializado (proporcionándole contactos, direcciones y recursos).

Desarrollo del perfil del usuario: métodos y herramientas

Nuestro propio desarrollo hace que nuestra función profesional, nuestra capacidad y nuestras necesidades cambien rápida y radicalmente. A veces estos cambios afectan a nuestros conocimientos y experiencias creando unas condiciones completamente nuevas. Desaparecen los límites de las ocupaciones y aparecen rápidamente nuevas ocupaciones y tareas. La necesidad de aprender de nuevo es a la vez que urgente, difícil de aprovechar. Los conocimientos quedan anticuados de forma rápida y el vacío existente entre las competencias frente al desarrollo técnico e industrial aumenta alarmantemente. En primer lugar se presenta la necesidad de ser capaz de manejar aspectos de capacidad como puede ser la dependencia de un puesto de trabajo específico, pero sobre todo se demanda manejar aspectos relativos a la independencia del lugar de trabajo. Para formarse una opinión no es suficiente con ejemplos y experiencias. En algunos casos estos no informan sobre la capacidad de las personas para ajustarse y aceptar la responsabilidad de su nueva vida laboral, o de su habilidad para participar activamente en un aprendizaje a largo plazo, centrándose sólo en el momento en el que se produce el cambio.

El presente capítulo es una revisión del paso siguiente en la orientación profesional – el desarrollo del perfil del usuario. En las siguientes páginas se presenta un conjunto de recursos prácticos y teóricos para llegar a conocer la personalidad del usuario.

1. Autodescripción

La clave de toda mejora profesional es describir la situación actual, quién es el usuario, en qué es bueno y qué intereses puede desarrollar dentro de su actual ocupación. Algunos puntos importantes que definen una situación actual son:

- ¿Cuáles considera el usuario sus mayores virtudes?
- ¿Qué experiencia tiene el usuario?
- ¿Cuáles son los intereses del usuario?
- ¿En qué es bueno el usuario?
- ¿Qué cualidades ven otros en el usuario?

Para ayudar a definir los anteriores puntos podemos utilizar el siguiente esquema de trabajo:

¿Cuáles son las mayores virtudes del usuario?

Pida al usuario que haga una lista de 10 cualidades que le definen como persona

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....
- 6.....
- 7.....
- 8.....
- 9.....
- 10.....

¿Qué experiencia tiene el usuario?

Pida al usuario que escriba en la tabla todas las cualidades que pueden tener importancia desde una perspectiva ocupacional y que rellene unas líneas indicando qué cualidades utilizaría. Pueden estar relacionadas con educación, experiencia

profesional, confianza, liderazgo, participación en diferentes asociaciones, experiencia en el extranjero, idiomas y/o conocimientos informáticos. El usuario puede pedir ayuda a otros compañeros de su grupo. Quizá alguien haya trabajado en un puesto similar.

Ocupación/Rama	¿Qué ha aprendido?	¿Qué cualidades necesita?

Intereses

Pida al usuario que señale las cinco áreas que más le interesen de la siguiente lista. Puede incluso añadir con nuevas áreas que sean de su interés.

Estoy interesado en:

Procesos de fabricación Ensamblaje/Reparaciones/Instalaciones Conducción de vehículos

Cocina/Aprovisionamiento	Animales/Plantas	Seguridad/Protección
Diseño/Mediciones/Dibujo	Experimentación/Investigación	Planificación
Compras/Ventas/Marketing	Personal/Administración	Cuidado/Tratamiento
Asesoramiento	Enseñanza/Información	Arte/Artesanía
Teatro/Música		

Resume las cinco áreas que ha señalado en una o dos frases

.....

.....

¿En qué es bueno el usuario?

Pida al usuario que señale diez cosas en las que se considere bueno de la siguiente lista. Puede incluir habilidades o destrezas diferentes.

Soy bueno en lo siguiente:

Arreglar cosas	Comprensión profunda de las cosas	Formulación de preguntas
Exposición de nuevas ideas	Trabajo creativo	Nuevas tecnologías
Resolución de problemas	Organización	Trabajo con resultados
Comprensión y seguimiento de	Enseñanza	Inspiración para otros

instrucciones

Trabajo bajo presión	Trabajo en detalle	Conocimiento general
Trabajo con números	Trabajo corporal	Toma de decisiones
Ayuda a otras personas	Trabajo en la calle	Persuasión
Visión de las necesidades de los demás	Aporte de energía al grupo	Manejo de prioridades
Escucha	Escritura	Finalización de proyectos
Comienzo de proyectos	Desarrollo de proyectos	Búsqueda de información

Resume las diez cosas que has señalado en una o dos frases. ¿En qué eres bueno?

.....
.....
.....
.....

Feedback: ¿Qué cualidades ven los otros en el usuario?

Para obtener la visión global de cómo es el usuario como persona puede ser bueno preguntar a otras personas sobre sus puntos fuertes y cualidades. Pueden ayudarlo así a ver cualidades de las que no es consciente. Pida al usuario que utilice sus contactos y permita a los miembros de su familia, amigos o colegas que le ayuden a formular sus valores.

Puede, por ejemplo, preguntar lo siguiente:

- ¿Qué puntos fuertes ves en mí?
- ¿Cómo me describirías a otras personas?

- ¿Qué necesito mejorar?

Tarea N° 1: Pida al usuario que pregunte a una persona que conozca por un tiempo superior a tres años.

Resume qué dijo esa persona de ti

.....
.....
.....
.....
.....

Tarea N° 2: Pida al usuario que pregunte a una persona que conozca por un tiempo máximo de tres meses.

Resume qué dijo esa persona de ti

.....
.....
.....
.....
.....

Resumen: Inventario de capacidades

Indica cinco de tus habilidades

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

Resume tus mayores valores

.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Resume tus áreas de interés

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

¿Qué significa tener un trabajo?

Se sabe lo que se tiene pero no se sabe lo que se puede conseguir. Un cambio a menudo conlleva un período de inseguridad, inseguridad significa que se puede perder la estabilidad, y perder la estabilidad puede llegar a ser muy desagradable para la mayoría de la gente. Se ven obstáculos, algunos reales pero también otros imaginarios. Para encontrar nuevos caminos y posibilidades es importante pensar de forma flexible de forma que permita ver dichos caminos y posibilidades a pesar de las dificultades que se presentan. Una forma de ayudar al usuario a alejarse de viejas costumbres es exponiéndole nuevas experiencias, de forma que pueda ver incrementada su calidad de vida.

Aquí se presenta una pregunta que muchos usuarios no se han formulado
¿Qué sucede cuando obtengo un trabajo?

Preguntas que pueden ser importantes a tratar dentro de un diálogo son:

- ¿Qué fuerza y dinamismo tengo?
- ¿Cuáles son las ventajas de tener un trabajo?
- ¿Cuáles son los inconvenientes?
- ¿Qué se va a ver afectado cuando obtenga un trabajo?
- ¿Cómo llevaré esa experiencia?
- ¿Estoy preparado para las reacciones que va a causar?
- ¿Cómo va a cambiar mi situación económica?
- ¿Puede ser importante empezar a prepararme ante posibles cambios?

Cuando estas partes se juntan forman un todo ofreciendo una buena imagen global de la situación actual del usuario. Esto facilita ver lo que la persona desea y facilita al usuario establecer objetivos personales. Cuando la situación actual es clara es fácil encontrar el nivel correcto a partir del cual el usuario debe empezar a preparar una estrategia que sea factible para él. Aquí tenemos la oportunidad de ser claros y especificar cada paso a dar con el objetivo de alcanzar la meta de una manera más rápida y con mejores resultados. Sabiendo en qué punto se encuentra el usuario y cuál debe ser el próximo paso a dar, es mucho más fácil conseguir la fortaleza y motivación para el duro trabajo que aún queda por realizar.

La entrevista personal

Con una entrevista personal podemos, junto con el usuario, discutir los objetivos a perseguir tomando como punto de partida el análisis de la situación actual. A partir de aquí se estudiarán sus puntos fuertes y débiles estableciendo al mismo tiempo una respuesta de feedback y apoyo. Deberíamos pensar en la parte positiva y al

mismo tiempo dirigir hacia aquí la conversación de forma que la persona se sienta motivada.

Durante la entrevista se definirán los objetivos del usuario y se diseñará el plan que defina los estados necesarios para la consecución de dichos objetivos. En entrevistas sucesivas se hará un seguimiento de los objetivos más cercanos e incluso se fijarán algunos nuevos.

Como orientador, no se tendrán soluciones, y no se debería permitir a los usuarios que se aceleren ante determinados pensamientos. El papel del orientador es el de dar respuesta a las preguntas del usuario de forma que ellos puedan ver por sí mismos la solución y, a partir de ahí, establecer sus propios objetivos. En caso de que la respuesta proceda de ellos mismos, su autoestima y motivación se verán incrementadas. La toma de responsabilidades juega un papel importante en este proceso. Si los usuarios pueden aceptar la responsabilidad por ellos mismos a partir de sus propios pensamientos y decisiones, se podrá alcanzar el objetivo de forma exitosa.

Método de entrevista enfocado hacia una solución

Lo que distingue el método de dialogo enfocado hacia una solución de la más tradicional conversación es la creación de un camino diferente para enfocar los problemas y preocupaciones. En lugar de divagar y preguntar mucho sobre el problema en sí, es preferible centrarse y hacer énfasis en aquellas ocasiones donde se trabaja mejor cuando no existen tales problemas.

Cuando se haya descrito en qué se basa el método de dialogo para la resolución de problemas, podemos establecer dos partes: método de conversación y actitudes. Ambas partes se mezclan constantemente y el formulario obtiene mejores resultados cuando se hace uso de todas las mejoras técnicas y se integra el acercamiento como actitud de unión.

Las cuestiones creativas en el método de dialogo constituyen una herramienta eficaz a la hora de descubrir los objetivos del usuario y los pasos que quiere dar para

lograrlos. También se descubren aquellas cosas hechas de las que se sienten orgullosos así como cuál puede ser el siguiente pequeño paso en el camino trazado. Se trabaja mucho con diferentes tipos de preguntas sobre el futuro y cómo alcanzar sus deseos. Se realiza en muchas ocasiones un feedback positivo a partir de lo que ya se ha logrado confirmando todo el progreso y celebrando todos los éxitos.

Esta actitud presupone una recepción respetuosa, un acercamiento y una confianza en que todo el mundo tiene intenciones positivas cuando hace algo. Desde una plataforma común se dan pasos muy pequeños en la dirección elegida, se evalúan constantemente los resultados del progreso y se determina qué se necesita para continuar hacia delante. Esto hace posible que todos y cada uno de los usuarios puedan ser vistos y escuchados. Esto fortalece la visión del propio usuario en sí mismo. El primer encuentro tiene lugar al principio del proyecto y se va repitiendo a intervalos. De esta forma ambas partes consiguen conocerse rápidamente. Un orientador puede hacer que esto ocurra realizando preguntas para descubrir más sobre el estilo de vida, personalidad y sueños del usuario. Incluso el usuario tiene la oportunidad de preguntar al orientador iniciando de esta forma el proceso de diálogo. Las ideas van naciendo y exponiéndose, las críticas van siendo aceptadas y ofrecidas. Por último es importante fortalecer la visión de la persona mediante el feedback centrándose en ella y sus acciones. Ofrecer una crítica positiva es un extra importante porque así crece la autoestima del usuario e incluso la motivación para su propio desarrollo. También es importante que durante los diálogos se diseñe un plan de acción que se revise en la próxima entrevista.

Durante la entrevista se acuerda que lo que se diga permanecerá entre ambas partes si no se indica nada más. Es importante explicar la razón por la que se realiza una entrevista personal de forma que orientador y usuario “naveguen en el mismo barco”.

El transcurso de la entrevista

1. Identifique las metas del usuario mediante la conversación:

- ¿Qué quiere alcanzar con la conversación?

2. ¿Cuál sería la situación si el problema estuviera resuelto? (Situación soñada)

- Puede reflexionar acerca de ello mediante preguntas encaminadas a determinar qué sería diferente ese día deseado.

3. Preguntas sobre relaciones

- ¿Qué significaría para X que te acercases a tu objetivo? ¿Qué haría entonces?
- ¿Quién más se dará cuenta?

4. Preguntas de excepción

- ¿Ha sucedido ya algo de lo que se puede considerar una situación esperable?

5. Preguntas de valoración

- ¿Cuánto te has acercado a tu objetivo hoy?

(1= Nada en absoluto y 10= Por completo)

6. Preguntas de motivación

- ¿Te sientes preparado para acercarte más a tu objetivo?

(1 = Nada en absoluto y 10 = Por completo)

- ¿Cuánta probabilidad hay de que alcances tu objetivo?

(1 = No es probable y 10 = Completamente seguro)

7. Próximo paso

8. Pausa

9. Resumen

Durante el transcurso de la entrevista

- Capture y confirme los recursos que vayan apareciendo
- Confirme que entiende las consecuencias negativas de los problemas y que es necesario rectificar esto
- Pretenda no saber nada (partir de 0)
- Resuma
- Profundice
- Ayude al usuario a que encuentre lo comentado lo más cercano y tangible posible

Consejos

Haciendo preguntas que contengan quién, qué, cuándo y cómo conseguirá dar una visión más concreta y profunda de la entrevista. Con estas preguntas es imposible contestar sí o no. Por otra parte el usuario puede contestar "No sé", lo que es una buena forma de continuar la entrevista.

Si el usuario contesta "No sé", puede recurrir a:

- Supón que lo supieras, ¿qué dirías entonces?

O utilice preguntas sobre gente importante de su entorno, por ejemplo:

- Si preguntaras a tu marido, hijos, etc. ¿qué dirían ellos?

Si el usuario evita la pregunta o dice que sería difícil saber lo que contestarían entonces diga:

- Estas preguntas son realmente difíciles, tómate tu tiempo

Si el usuario tiene dificultades para hablar sobre esa situación deseada, entonces trabaje con el formulario de preguntas "cuando el problema esté resuelto".

Si el usuario no es realista (del estilo voy a ganar la lotería), usted no lo contradiga y añada:

- Sí, sería bonito ¿verdad?

Si el usuario persiste, pregunte:

- ¿Cuántas posibilidades hay de que esto ocurra?

2. Tests psicométricos - tipos y significados

Los tests por sí mismos no representan ninguna verdad pero se presentan como un complemento a la entrevista para profundizar en el diálogo y obtener una imagen mucho más nítida. Hay diferentes tipos de tests, aquellos que se enfocan hacia la parte técnica y aquellos que se dirigen hacia la personalidad del usuario. Los tests que se hagan y los consiguientes diálogos representan la base para construir el plan de acción del usuario. Para mostrar el desarrollo personal del usuario puede ser bueno dedicar un mismo espacio de tiempo en diferentes ocasiones. Así podremos ver si el usuario progresa o si permanece anclado en alguna etapa de su desarrollo. Los resultados son la base a partir de la cual se establecerán objetivos, planes de acción y motivación para próximas entrevistas.

2.1. Aptitudes - ¿qué es lo que mejor hace el usuario?

Hay diferentes tipos de tests, que únicamente identifican las aptitudes del usuario: razonamiento numérico, razonamiento mecánico, razonamiento abstracto, relaciones

espaciales, razonamiento verbal, uso del lenguaje y deletreo. (Recursos www.career-test-advisor.com.)

Razonamiento mecánico

Muestra la capacidad del usuario para comprender los principios básicos que rigen el funcionamiento de las máquinas. Altas puntuaciones en este test indican eficiencia en ingeniería y trabajo mecánico. El test se basa en que razonar con problemas mecánicos de forma lógica es una forma útil de medir la aptitud mecánica de una persona. Si el usuario obtiene una alta puntuación en el test, en relaciones espaciales y en razonamiento abstracto, podría considerar seriamente encaminar su carrera con un enfoque científico, matemático o tecnológico.

Relaciones espaciales

Este es probablemente el test más difícil de todos. Refleja la capacidad para tratar con conceptos matemáticos a alto nivel. Cuando se tiene en cuenta junto con el test de razonamiento mecánico, una puntuación alta en ambos indica que el usuario debería realizar estudios tecnológicos o científicos. La percepción espacial muestra la capacidad de visualizar y pensar en tres dimensiones o de capturar mentalmente una forma, el tamaño y la posición de un objeto tras observar simplemente su imagen.

Razonamiento abstracto

Esta aptitud tiene que ver con la capacidad del usuario para razonar con configuraciones visuales. No se da una medida verbal de la capacidad de razonamiento y por ello son considerados por muchos psicólogos ocupacionales para dar una medida del nivel de inteligencia. Las habilidades que muestra esta aptitud son útiles en arquitectura, diseño y computerización tales como CAD (Diseño Asistido por Ordenador).

Utilización del lenguaje

La utilización del lenguaje es la capacidad de comunicarse en tu propio idioma de una manera adecuada. Es una medida de la capacidad que se tiene para distinguir entre la gramática correcta e incorrecta, puntuación y estructura de las frases. Es un excelente indicador en los Cursos Universitarios. Las carreras que requieren habilidades en el dominio de la lengua, así como casi todos los tipos de trabajo requeridos en la educación formal demandan competencias considerables en esta aptitud.

Deletreo

La capacidad de deletrear cobra gran importancia en la escuela, colegios, y en muchos trabajos. Entre otros, esta puntuación es uno de los mejores indicadores de la facilidad y velocidad con la que cada uno puede aprender a escribir (a mano y a máquina). Aunque pobres niveles no muestran necesariamente un nivel pobre de educación, ciertamente se presenta como un prerrequisito para carreras tales como periodismo y enseñanza.

Razonamiento verbal

El razonamiento verbal se refiere a la capacidad del usuario para razonar lógicamente en términos verbales. Se refiere a la capacidad del usuario para comprender conceptos verbales o ideas y para establecer relaciones entre ellos. Las carreras donde esta aptitud es muy importante son Derecho, Psicología, Recursos Humanos (RRHH), así como en diferentes tipos de dirección empresarial.

Habilidad numérica

Esta habilidad se refiere a la capacidad de sumar, restar, multiplicar y dividir. Es una aptitud útil en carreras profesionales tales como contabilidad, banca, seguros así como en ingeniería.

Este ejercicio es una forma fácil de ver cuáles son las aptitudes dominantes. Además de incrementar la motivación del usuario ofrece una imagen clara de aquellas ramas donde el usuario podría orientarse.

Para obtener más información sobre tests de personalidad y aptitudes y acceder a ejemplos interactivos, véase la página Web: www.careercenteronline.org.

Las posibilidades del usuario

Rellenando el CCEI (Conocimientos, Características, Experiencias, Intereses) se puede observar hacia donde nos dirigimos. ¿Trabajarás con gente, servicios, máquinas, niños, ordenadores, etc.?

10 posibilidades

Área de ocupaciones visibles

Área de ocupaciones invisibles

Tiempo parcial en determinadas compañías

Consultoría

Compañía propia

Estudios

CCEI: Especialidad a elegir

Conocimiento

Características

Experiencia

Intereses Comparar estos con su entorno.

Aquello que el usuario diga sobre sí mismo es la clave a partir de la cual podremos ver sus posibilidades futuras. Anime al usuario a no pensar demasiado sobre su situación laboral sino en su plan personal.

El paso más importante en la tarea es:

Ofrecer todas las posibilidades que aparecen. El usuario debe pensar en todas las posibilidades que no haya experimentado. Trate de obtener una buena imagen y pregunte. Cuando el usuario haya elegido una opción, no le deje quedarse parado ante posibles obstáculos. Debería mantenerse firme en su elección. Descubra tanto como le sea posible acerca del porqué de su elección y lo que ello implica. No es bueno actuar simplemente por lo que oiga. Es mejor descubrirlo por sí mismo -vea cómo el usuario es en realidad.

Objetivos

¿Qué objetivos se corresponden con el mejor CCEI del usuario? ¿Qué tipo de empleo necesita más el usuario? Trabajar en una tienda puede ser una posibilidad. Divida entre diferentes segmentos del tipo:

- Ropa
- Zapatos
- Provisiones
- Música
- Vídeo
- Flores

- Construcción
- Cosméticos
- Coches
- Etc.

Cada una de estas posibilidades puede ser dividida en diferentes segmentos y es importante ser capaz de hacerlo de forma que se pueda elegir aquella rama correcta para el usuario.

Elija una rama y haga todo lo posible por descubrir el tipo de necesidad que involucra. Puede ser educación o experiencia pero lo que puede ser realmente más importante se basa en aspectos como personalidad, intereses, etc.

Profundice más en el segmento y permita al usuario que descubra todo lo que necesita para comprender como trabajar. Cuanto más profundice el usuario, más aprenderá y esto hará que sea más fácil para él comprender sus posibilidades y aislar las dificultades.

Encontrar los problemas

Hay miles de trabajos disponibles en Europa. Muchos de ellos se dirigen a resolver problemas rutinarios o en muchas ocasiones a resolver problemas. El mundo entero está lleno de posibilidades - ¡descúbrelas! No permanezcas quieto y busca un trabajo, sé activo. Necesitas ser creativo. Intenta descubrir las tareas, los colegas, la gente empleada, cuándo y porqué trabajan, etc. ¿Cómo podrías tú contribuir a eso?

Intenta - sin que nadie lo sepa - contactar con tanta gente como sea posible para averiguar tanto como puedas. Cuanto más difícil sea el problema a resolver mayor será la recompensa. Recuerda, tus resultados pueden significar más que el dinero.

Un anuncio en un periódico tiene tres señales principales:

- La necesidad existente

- Que alguien está dispuesto a pagar por cubrir esa necesidad
- Que se necesita un "producto" final

En otras palabras se puede decir que las compañías necesitan resolver un problema que se les plantea. Nadie se da cuenta de inmediato cuando descubre una nueva necesidad. Además es importante que el usuario informe al empresario de la forma que él podría resolver el problema.

Hay siempre un problema, pero no es siempre seguro que alguien pueda solucionarlo. ¿Cómo puede alguien resolver un problema? ¡Haciéndolo visible!

2.2 Personalidad - ¿Cómo lo hace?

Una parte importante que ayude al usuario a definir la situación actual se basa en reflexionar sobre su propia personalidad para ver quién, cómo es y cómo funciona, tanto solo como acompañado de otros. Cuando tenga una imagen clara de su personalidad, será más fácil para el usuario utilizar sus virtudes para alcanzar lo que quiere. Al mismo tiempo el usuario obtiene también una imagen de sus puntos débiles, lo que le da la oportunidad de fortalecerlos. Todo esto aumenta la confianza del usuario y su autoestima haciéndole que pueda crear posibles situaciones desde la perspectiva de su capacidad y conocimiento.

Será más fácil para el usuario comprender el mundo que le rodea cuando pueda verlo a través de sí mismo. Generalmente uno sabe que no es solamente la personalidad el factor que puede decidir el éxito en un trabajo. La personalidad es un factor importante a la hora de utilizar tu capacidad laboral: es decir, qué factores del carácter facilitan y refinan dicha capacidad.

Hacer este análisis requiere una forma dinámica de ataque mediante el análisis personal que se integra dentro de una evaluación completa. Esto no se puede lograr con la única ayuda de tests de personalidad consistentes en muchas variables difíciles de cuantificar. Reflexionando se puede observar que la personalidad consiste en un número de modelos

de vida que trabajan juntos de forma dinámica dentro de un proceso variable, que se adapta, crece, depende de históricos, depende del futuro, etc.

Además es importante ver los tests de personalidad como un medio para que en el comienzo del diálogo sobre la personalidad del usuario, el orientador pueda utilizar diferentes puntos de apoyo basados en dichos tests.

Para esto se debe permitir al usuario que observe sus resultados y que piense si se corresponden con la imagen que él tiene de sí mismo, para que sea capaz de analizar la validez de los mismos. El próximo paso será el diálogo y la discusión de dichos resultados con el orientador en una entrevista personal para obtener un feedback más claro que pueda aclarar la imagen de las características del usuario, sus conocimientos y sus virtudes y debilidades.

Otra forma de obtener tal imagen es la del diálogo en grupo. Un grupo puede ser una excelente ayuda para el desarrollo individual. Mediante talleres de trabajo como base y diferentes herramientas de trabajo adaptadas al usuario, este será capaz de establecer sus propios límites. El grupo puede ser también utilizado como una herramienta y "espejo" para el usuario.

La inspiración, las experiencias y el aumento de la visión interna son con frecuencia el resultado de los diálogos en grupo.

Test

Hay diferentes tipos de test que muestran diferentes partes de la personalidad de una persona. El Indicador Tipo Myers-Briggs es uno de los más utilizados en el mundo a la hora de ayudar a incrementar el conocimiento de los propios hábitos y funciones de grupo del usuario. Fue inventado por Myers y Briggs y se construyó sobre las teorías de Carl Gustav Jung. Trabaja sobre diferentes aspectos psicológicos, la tipología Jung. Hay otros tests que resaltan el Estilo de Aprendizaje (Análisis del Estilo de Aprendizaje) y tests de liderazgo (por ejemplo PAEI). El problema de estos tests, además del comentado anteriormente, es que ningún test puede representar una verdad completa y

deberían sólo ser vistos como una base para el diálogo. Un administrador del test debe tener en cuenta estos aspectos.

Si el orientador no tiene este tipo de test certificado, puede siempre obtener una imagen segura de la personalidad del usuario con un test más general, que el usuario conozca y pueda controlar. El test será analizado independientemente por el usuario y posteriormente con el orientador en la entrevista.

2.3 Motivación - ¿Qué quiere hacer realmente?

Es difícil medir la motivación a partir de un test. La motivación llega cuando el usuario puede actuar por sí mismo, lo intenta y siente que se está acercando a sus objetivos. Empezar por los objetivos que tiene el usuario y ayudarlo a conseguirlos, hace que el problema sea manejable y viable. El papel del orientador es conducir la entrevista y dirigirla de forma positiva a través de una perspectiva adecuada. Aquí es donde el método de la entrevista se destina a la búsqueda de soluciones.

Hay hechos generales concernientes a los tests de motivación existentes en el mercado:

Las evaluaciones de motivación son diferentes de los tests de personalidad y aptitud. No intentan determinar la clase de persona que eres (virtudes y debilidades). En cambio, los tests de motivación se centran en tus preferencias. Las valoraciones motivacionales están normalmente diseñadas a partir de tests de elección. El progreso del usuario se realiza a través del bango de preguntas, identificando las actividades que prefiere frente a las que le disgustan. Por ejemplo: de las siguientes tres actividades puede elegir aquella que más le gusta y aquella que menos lo hace:

1. Conducir un coche
2. Reparar un coche
3. Diseñar un coche

Al contrario que los resultados en un test de inteligencia, los resultados en estos tests de motivación no se miden frente a otros que son asignados por la gente de forma relativa. Al contrario, una “imagen interna de rayos X” de las preferencias personales del usuario se proyecta hacia una variedad de posibles carreras.

Mediante la utilización de algunos modelos estadísticos complicados, las relaciones de todas las elecciones del usuario se calculan mostrando las áreas donde el usuario puede encontrar mayor (o menor) motivación para alcanzar el éxito.

Hay un viejo dicho en asesoramiento profesional que dice que la gente trabaja con combinaciones de las siguientes tres categorías: cosas, datos y personas. En realidad esto es algo más complicado. Cualquier buen test de motivación valorará a las personas a través de una serie de campos. En cada campo hay docenas de diferentes carreras profesionales.

El conocimiento y la experiencia son muy importantes, pero para llegar a ellos, estar motivado y presentar un interés real puede significar mucho para el empresario.

El caso del usuario X

Se da el caso de una mujer de 50 años que anteriormente buscó trabajo de forma muy activa pero que no ha trabajado en los últimos 14 años.

Se registró para participar en un proyecto y dice que ella estaba interesada únicamente en acabar de obtener el carné de conducir. Dijimos OK pero al mismo tiempo subrayamos que sería importante establecer en los encuentros comunes que habría tiempo para otras cosas a lo largo del proyecto.

En la entrevista personal apareció la idea de que ella tenía problemas de salud mental, problemas familiares y problemas con su cuello y hombros. Aparte de esto, ella presentaba buena salud y se encontraba en disposición de trabajar. Su comportamiento indicaba que necesitaba formación en las “técnicas de entrevista” porque no quería quitarse su chaqueta y prefería mantener el bolso alrededor de su cuello apretándolo contra el pecho.

La valoración en este caso fue que era importante para ella tomar sus problemas en serio y al mismo tiempo encontrar una solución, no necesitando que alguien le dijera que se

presentaban ante ella multitud de obstáculos, sino que le hicieran ver qué es importante y que sobre todo encontrar un trabajo significaría mucho para ella y mejoraría su estado. Por ejemplo, si tuviera trabajo, ¿qué significaría para sus hijos? ¿se responsabilizarían ellos mismos de sus vidas?

Su temor a dejarse de nuevo vencer debió cambiarse por “Sé feliz porque caíste una vez; porque así es posible que sepas evitarlo en el futuro”. Así sería capaz de ver las diferentes señales y obstáculos y sería capaz de evitarlos.

Todas las conversaciones presentaron preguntas sobre cómo diferentes cosas pueden llevarnos hacia un objetivo general a través de la consecución de un trabajo y su posterior mantenimiento.

Hoy ella tiene un trabajo e hijos felices. Todavía le duelen su cuello y sus hombros a veces pero es algo con lo que puede vivir. “Esto es algo que todos tenemos así que por qué tendría que quejarme”.

Este proceso llevó cinco meses y acabó de forma beneficiosa. Obviamente esto no siempre es así.

Estrategias de Planificación Profesional

El sentido o significado de una carrera de éxito varía dependiendo del punto de vista de quien lo mire. A pesar de esto mucha gente piensa que todo el mundo tiene una misma visión cuando se habla de carreras profesionales.

Es importante identificar lo que cada persona entiende como carrera “de éxito” y subrayar la motivación personal de cada uno. El usuario a menudo sueña con una carrera que no se corresponde con su personalidad. Ampliar su visión es un objetivo muy importante.

Ayudar al usuario a encontrar qué tipo de carrera le corresponde, guiarle entre los diversos tipos de puestos de trabajo, enseñarle los objetivos y deseos de los empresarios y a partir de esto diseñar un plan de acción (que puede ser laboral, empezar un negocio o ir a estudiar al extranjero), son partes de la estrategia de planificación profesional que se pueden encontrar en este capítulo.

1. Combinar los rasgos del test de personalidad con el trabajo más apropiado

“Aquellos que están buscando trabajo hoy pueden formular muchas preguntas que den respuesta a la capacidad del solicitante para comunicarse de forma clara.

Un informe realizado por profesionales para diversas compañías, autoridades y organizaciones muestra que la cualidad principal es la timidez. ¿Por educación? Esto se va perdiendo con el trabajo. Obviamente no se puede formar a un ingeniero en la planta de una factoría, pero si debe tenerse en cuenta que, en primera instancia, se debería buscar un trabajador que tuviera **las cualidades humanas básicas que se consideran más importantes** para entonces ofrecerle formación en el lugar de trabajo. Esto es una realidad diaria.

Siempre se pedirá un cierto nivel de formación, pero lo que más interesa al empresario es **cómo está preparado el usuario para desarrollar y mejorar sus competencias**. Esto significa que un servicio largo y eficaz no es siempre un mérito en un mundo de cambio constante.” (Gillis Herlit)

Una de las cosas más importantes en las que pensar cuando se selecciona a una persona para un trabajo es la de informar al empresario de que el usuario puede contribuir al beneficio y la productividad de la compañía. Si usted puede hacer esto, el usuario tendrá éxito de forma automática.

Para ser capaz de lograr esto el usuario debe ser consciente del mercado en el que se mueve la compañía y ofrecer algo más que un trabajo rutinario, en otras palabras, más de lo que el empresario espera (20% de todo el trabajo).

También debe interesarse el usuario en qué va a trabajar, porque en caso de no hacerlo, será difícil que cumpla con el trabajo rutinario, lo que significa que sólo hará lo que se espera de él (80% de su trabajo).

¡Hoy en día el conocimiento es muy valorado en muchos empleos pero se te pagará por tu comportamiento!

El enfoque de la carrera profesional

Lo que se entiende por éxito en una carrera es lo que diferencia a una persona de otra. A pesar de esto, muchos asumen que todos tenemos una misma imagen a la hora de hablar de desarrollo profesional.

Pregunte a diferentes personas y obtenga diferentes respuestas. La visión de diferentes personas sobre posibles carreras se distingue por, por ejemplo, la duración de la estancia en el mismo puesto de trabajo o la dirección en la que les gustaría enfocar su carrera. Estas diferencias de opinión son un posible pacto de Recursos Humanos. Hay un gran riesgo de que los malentendidos puedan aumentar y de que no se entienda que la gente tiene diferentes puntos de vista sobre sus carreras profesionales ideales. Puede ser que a un usuario se le ofrezca una determinada oportunidad y que en lugar de ser una gran oportunidad, se convierta en una pesadilla para él.

El profesor Michael Driver y el Dr. Kenneth Brousseau han identificado 400 tipos de oportunidades profesionales, o imágenes de carreras ideales, basadas al menos en investigaciones de 30 años sobre dinámicas de carreras profesionales.

El enfoque EXPERTO es la visión más estable e históricamente dominante, lo que viene a decir que el desarrollo profesional se realiza a lo largo de la relación entre uno mismo y su entorno de trabajo. Tener éxito equivale a continuar aprendiendo dentro de tu área de trabajo, tanto en competencias como en conocimientos.

El **enfoque LINEAR** queda enfocado al ascenso rápido dentro de la jerarquía de una organización. Una carrera exitosa equivale a que el ascenso se hace tan rápido como sea posible dentro de la organización consiguiendo tener tanta responsabilidad y autoridad como sea posible.

El **enfoque EN EXPANSION** tiene una visión profesional menos tradicional ya que se basa en el hecho de que uno va descubriendo su propia carrera (podría considerarse que adopta principios de los dos enfoques precedentes) moviéndose verticalmente dentro de un área determinada (en períodos desde 5 a 10 años).

El **enfoque EPISODIO** es la visión más variable y menos convencional de todas las presentadas. Episodio considera que la gente no tiene una carrera profesional. Será mejor cuantas más cosas nuevas aparezcan y cuantos más cambios se produzcan en las vidas laborales, de acuerdo con el principio “asociación consistente de inconsistencias”.

Fuerza impulsora

La gente tiene diferentes modelos de comportamiento ante lo que les puede motivar en su vida laboral. La gente con mayor enfoque *Experto* valora el Conocimiento basado en la Experiencia y la Seguridad, mientras que la gente que presenta una mayor aceptación *Linear* prefiere el Poder y el valor de los Resultados. El desarrollo personal y la creatividad motivan a aquellos cuyo perfil responde al enfoque *En expansión* mientras que *Episodio* muestra síntomas referentes a Independencia y Variación.

Una de las consecuencias de estas diferencias individuales es que una carrera estable, que se considera un sueño para la visión *Experto*, puede resultar una pesadilla para otra

persona (por ejemplo, Episodio). Hay que hacer entender a los compañeros de trabajo que entiendes las diferencias individuales presentes en su fuerza motivadora.

Sin embargo, el desarrollo profesional no significa sólo ayudar a los demás a encontrar su fuerza impulsora y su búsqueda de éxito. Un enfoque profesional se define también a nivel organizativo. La autoestima en términos profesionales no basta para hacer funcionar la organización de forma eficaz, siendo también muy importante examinar las posibilidades que pueden llevar a un desarrollo profesional dentro de la organización.

	Experto	Linear	En expansión	Episodio
Enfoque profesional	Investigación Toda la vida	Hacia arriba Indeciso	Lateral y relateral 5-10 años	Lateral y unilateral 2-4 años
Fuerza impulsora	Conocimiento experto Seguridad	Poder Eficacia	Desarrollo personal Creatividad	Variación Independiente
Capacidad	Participación Calidad Especialidad	Liderazgo Competitividad Eficaz	Creatividad Cooperación Gran capacidad	Amplia red de contactos Rápido Flexible

Profesiones

Hay muchas profesiones entre las que el usuario puede elegir, siendo también muy importantes sus intereses y muchos otros factores a considerar. Pida al usuario que piense qué es lo que él considera importante y qué profesión le gustaría desarrollar. Debería visitar diferentes empresas para recoger la información necesaria. De esta forma el usuario puede mostrar su interés y formular preguntas sobre las habilidades requeridas directamente al empresario. A los empresarios les suele gustar presentar sus empresas y el usuario recibirá la información sobre lo que necesita para obtener el trabajo directamente. No se puede realizar ningún otro pronóstico que pueda ser mejor que la información directa.

Cuando el usuario haya definido su conocimiento, capacidades, experiencias e intereses y cuando sepa qué profesiones le pueden interesar, podrá decirse que su punto de partida está construido².

Ejemplos de diferentes profesiones:

Administración, finanzas y derecho

Hay muchas posibilidades dentro de los campos de la administración, finanzas y derecho. Es normal tener contacto con el público en general, autoridades, empresas y compañeros de trabajo. Por tanto el usuario debe ser capaz de ofrecer el servicio y proporcionar información de forma verbal y escrita.

Ejemplos:

- Investigación
- Planificación y desarrollo de actividades, resultados y finanzas
- Contabilidad
- Interpretación de leyes y regulaciones
- Inspección de aplicaciones
- Orientación e información

Para desarrollar la mayoría de estos trabajos es necesario tener estudios universitarios. Para desarrollar otros trabajos, como por ejemplo puede ser secretario, suele ser suficiente tener un nivel de estudios secundario. Aunque sea necesario tener un nivel de estudios universitario, hay posibilidades de trabajar en un banco o en una empresa de seguros sin completar ese tipo de estudios. La cooperación internacional entre estados, organizaciones y empresas influye mucho en las tareas del trabajo en este campo. Se aprecian mucho los conocimientos de idiomas y otras culturas además de los conocimientos legales, sociales o financieros.

Construcción

² Cómo ayudar al usuario a definir su perfil – Capítulo III

Hay diferentes posibilidades dentro del campo de la construcción. El usuario debe estar disponible para desplazarse al lugar de trabajo, que se puede desarrollar en el país donde vive o en el extranjero. El desplazamiento suele ser semanal. Se puede, por ejemplo, construir:

- Casas
- Carreteras
- Vías de tren
- Puentes
- Fábricas

El usuario debe saber manejar diferentes máquinas e instrumentos técnicos avanzados. También existe la posibilidad de especialización en el campo artesanal. O por ejemplo, en restauración de edificios. Las casas nuevas se suelen construir en grandes ciudades, o en las que hay alguna universidad.

Ordenadores e informática

Las sucursales de ordenadores e informática son dinámicas y variables. Constan de una integración cada vez mayor del entorno informático con los sistemas de telefonía y comunicaciones. En algunos campos los cambios son tan grandes que el conocimiento suele quedar obsoleto en menos de un año.

Las barreras entre los diferentes trabajos en este campo están mal definidas. El título no cuenta mucho puesto que todo depende del departamento en que se trabaja. Trabajar con ordenadores o en el campo de la informática, a menudo significa tener relaciones con otros compañeros, gente que maneja pedidos, carteros, clientes y usuarios. Hay diferentes tareas dentro de este campo de trabajo. Por ejemplo:

- Desarrollo de sistemas
- Programación
- Operación – mantenimiento de sistemas y redes
- Apoyo al usuario

- Desarrollo de planes a largo plazo para el uso en informática
- Cuestiones de seguridad
- Desarrollo de sitios Web

Todas las secciones de la comunidad necesitan cada vez más expertos en informática y hay una demanda creciente del personal formado porque los sistemas se están volviendo cada vez más sofisticados. Esto significa que la demanda existirá durante mucho tiempo también en el futuro.

Salud y belleza

El interés en cuidarse ha aumentado. Todo indica que seguirá aumentando. Saber cuánto dinero gastará la gente en salud y belleza es una cuestión delicada. Si la gente tiene menos dinero para gastar las posibilidades del trabajo en este campo disminuirán. Si al usuario le gustara trabajar en este campo, presentará un gran interés en trabajar con gente y ofrecerles un servicio de calidad. El sentido de los colores y las formas podría ser una característica muy útil en un trabajo de salud y belleza. Dentro de este grupo de trabajo existen diferentes oportunidades:

- Pedicura
- Terapia de piel, manicura
- Consejos y dirección sobre entrenamiento
- Consejos sobre el cuidado de la salud y el cuerpo

Estos grupos suelen ser pequeños y no muy demandados. Hay mucho autoempleo. Esto significa saber planear y manejar administración y finanzas.

Ventas, compras y marketing

Tanto si el usuario vende coches, flores, maquinaria o viajes, tiene que saber bien cuáles son los deseos del cliente. Debe interesarse en la gente y su objetivo debe ser proporcionar a sus usuarios un servicio de calidad. Los que compran o trabajan en

marketing deben conocer bien el mercado de los productos o servicios en el que se mueven. Es también muy importante saber anticipar los cambios.

Las compras online están aumentando y pueden influir en el número de los empleados en este campo. Especialmente han crecido las compras entre empresas por correo electrónico. Cuando esto sea posible, la tarea del vendedor cambiará. Este se convertirá en un asesor de compras o ventas.

Como vendedor el usuario puede trabajar:

- Vendiendo en un supermercado o tienda.
- Vendiendo productos fabricados en la empresa donde trabaja, por ejemplo maquinaria o equipamiento médico.
- Vendiendo servicios como formación o asesoría.
- Comprando productos o servicios.

Los requisitos dependerán de los trabajos. La educación universitaria será obligatoria para aquellos compradores que trabajen en marketing y para los vendedores, por ejemplo un título universitario en finanzas.

Artesanía

La artesanía se basa a menudo en técnicas más antiguas. El usuario tendrá que hacer un trabajo manual utilizando máquinas y herramientas. El artesano suele controlar la cadena entera del desarrollo de su producto, desde las materias primas hasta el producto terminado.

Hay que tener mucha experiencia para alcanzar el nivel de un buen artesano. A menudo es necesario un don artístico. Los artesanos suelen ser autónomos. A veces se unen y comparten herramientas y máquinas para obtener bajos costes. Las posibilidades dependen casi completamente de las habilidades y destrezas de la persona y de la capacidad de poder vender productos propios o servicios. Es posible empezar como aprendiz y luego conseguir un título.

Diferentes tareas dentro de este campo son:

- Arte de metalistería
- Alfarería
- Repostería

Hoteles, restaurantes, cocinas industriales

Hay muchos trabajos diferentes dentro del campo de los restaurantes y hoteles. El servicio es algo que todos tienen en común. Todos los días se encuentran nuevos clientes y hay que adaptarse a diferentes situaciones. Da igual si el trabajo se desarrolla en un hotel, una cafetería escolar o una pizzería. Algunos de los trabajos dentro de este campo son:

- Servicio en barco
- Cocinar
- Recepcionista en un hotel
- Azafata en conferencias
- Dar consejos sobre vinos en restaurantes

El trabajo en un hotel puede ser variado. El camarero puede sustituir al recepcionista, y el recepcionista puede ayudar a servir comida o limpiar las habitaciones. Tras una formación básica hay muchas posibilidades de desarrollo en este campo. La demanda de personal cambia según temporadas y lugares. Los últimos años han visto un aumento notable de este tipo de servicios.

Salud y asistencia médica

Este grupo incluye todo aquello que engloba reconocimiento, tratamiento y asistencia preventiva. La asistencia médica no está sólo restringida a los hospitales. También se puede trabajar en clínicas, residencias de ancianos, empresas, escuelas o ser autónomo.

Los médicos y las enfermeras también pueden estar en contacto con empresas que contratan personal.

Dentro de este campo se puede trabajar:

- Examinando y curando pacientes.
- Entrenando gente discapacitada.
- Ayudando a los minusválidos.
- Trabajando con medicina.
- Dando consejos sobre dietética y salud.
- Ayudando a personas con defectos de habla, oído o visión.

Producción industrial

La producción industrial consiste en producir a partir de materia prima o elaborada. Los productos aumentan en su complejidad. No se produce sólo el cojinete sino el sistema entero de conducción, incluyendo las partes electrónicas. Los ordenadores controlan casi toda la producción. La mayor parte de la maquinaria es controlada por ordenador. Los operadores de maquinaria deben tener conocimientos de programación. Los operadores del proceso siguen y controlan el procedimiento de trabajo desde salas de control llenas de ordenadores.

Ejemplos de tareas en este campo son:

- Supervisión y cuidado de las máquinas
- Electrónica
- Carpintería
- Soldadura
- Supervisión del proceso industrial

Instalación, operadores y mantenimiento

Este campo de trabajo incluye diferentes ramas de profesiones desde electricistas, operadores de máquinas o mecánicos de transporte hasta tecnólogos de construcción y otros.

Ejemplos de tareas en este campo son:

- Reparación de coches y otras máquinas
- Mantenimiento de edificios
- Búsqueda de defectos con el ordenador
- Supervisión de construcción
- Diferentes tipos de instalaciones

Las demandas en medio ambiente y conservación de energía producen trabajos como reconstrucción, modernización, instalación y administración de sistemas más eficaces de calefacción y ventilación. La supervisión de los centros de calefacción y tecnología de construcción es una tarea realizada por expertos. Los trabajadores con conocimientos en electrónica suelen reparar estas máquinas.

Cultura, medios, diseño

Los trabajos en este campo suelen ser creativos y constructivos. Las tareas pueden ser:

- Fotografía
- Escribir manuscritos
- Cantar en público
- Diseñar publicidades
- Pintar
- Técnico de películas o programas televisivos

En el campo de la cultura se puede trabajar formando parte de un equipo de producción teatral. El resto trabaja por su cuenta – escritores, traductores y artistas.

Muchas personas sueñan con trabajar en el campo de la cultura. La competencia es dura, no solamente a nivel de formación sino a la hora de obtener trabajo fijo o tareas

temporales. El trabajo de artista independiente no requiere sólo talento sino persistencia. A veces es imposible ganarse la vida incluso tras una larga formación.

Empresas públicas como bibliotecas, teatros, televisiones y radios ofrecen muchos puestos de trabajo en este campo. La demanda de diseñadores y servicios de publicidad depende del desarrollo económico. El diseño se ha vuelto más competitivo y creará más posibilidades de empleo en el futuro.

Conservación medio ambiental, servicio de salud y servicio de recogida de basuras

Hay muchos trabajos diferentes dentro del sector del medio ambiente y servicios de salud. Algunos trabajos tienen como objetivo general crear buen entorno laboral. Otros inspeccionan riesgos y problemas y proponen soluciones para que las condiciones de trabajo cumplan con la regulación legal.

Ejemplos de trabajos en este campo son:

- Protección de la naturaleza
- Inspección de aire, agua y tierra
- Inspección industrial
- Trabajo en instalaciones con riesgo medio ambiental
- Control de provisiones
- Protección de animales
- Basura, por ejemplo, reciclaje, instalaciones sanitarias, recogida de basura y clasificación de basura.

La demanda de formación es variada. Se necesitan estudios universitarios para trabajar en conservación medio ambiental, seguridad de la salud y condiciones laborales. Esto en general significa tener un conocimiento detallado y estudios en ciencias, tecnología, finanzas, derecho e información junto con una formación en conservación medio ambiental. La formación en caso de trabajar en instalaciones sanitarias y de limpieza se suele recibir en el mismo puesto de empleo. Es necesario conocer los materiales, las nuevas tecnologías y la metodología del trabajo.

Sector verde

Las profesiones en los campos de agricultura, selvicultura y horticultura se pueden llamar en general el sector verde. En todas estas profesiones se trabaja normalmente en contacto con la naturaleza utilizando manos y cuerpo. Las características de muchos de los trabajos en el sector verde cambiaron como consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías. Las condiciones laborales mejoraron, las máquinas hacen el trabajo duro y los ordenadores las tareas más refinadas.

Ejemplos de trabajo en este campo son:

- Cuidar animales o asesorar en agricultura
- Trabajar en una granja con animales, maquinaria u horticultura
- Trabajar con caballos o mascotas
- Plantar o cortar árboles en bosques
- Cuidar o diseñar jardines
- Investigación y desarrollo en el campo de la agricultura y selvicultura.

Trabajo científico

Hay mucha demanda de trabajo científico en la sociedad. Es cada vez más importante tener conocimientos interdisciplinarios. La colaboración entre biólogos, químicos, ingenieros, técnicos e informáticos está aumentando. Los campos más importantes son la conservación medio ambiental, la producción de fármacos, la producción y refinación de materia prima, etc. La investigación en campos como microbiología o genealogía se está desarrollando muy rápido, lo que significa que los puestos de trabajo aumentarán.

Las tareas principales son:

- Investigación
- Desarrollo
- Formación

Muchos científicos trabajan en universidades como profesores o investigadores. Dentro del campo de la salud los biomédicos examinan los resultados, los toxicólogos estudian las causas del cáncer y los bioquímicos, microbiólogos y farmacólogos estudian fármacos más eficientes.

Por otra parte, los físicos pueden encontrar empleo en la industria. Son necesarios conocimientos en geología para poder construir carreteras y túneles.

Trabajo pedagógico

La profesión de enseñar cambia constantemente. Hay que estar preparado para adquirir nuevos conocimientos y nuevos métodos de enseñanza, adaptándose siempre a las necesidades de los estudiantes.

Los maestros trabajan con gente de todas las edades, desde los más jóvenes en la guardería, hasta los adultos en institutos y universidades. La profesión requiere un trabajo independiente pero siempre pensando en la responsabilidad hacia los estudiantes.

Algunas de las tareas en este campo son:

- Enseñar
- Planificar clases
- Administrar, por ejemplo, el presupuesto para los libros
- Trabajar a distancia con Internet

Trabajo social

Hay muchas posibilidades de encontrar un trabajo interesante en el campo social. El número de ancianos que necesita asistencia está aumentando.

Algunas de las tareas de un trabajador social, son:

- Ayudar, apoyar y cuidar a ancianos o minusválidos
- Cuidar niños mientras sus padres trabajan
- Asegurarse de que los prisioneros están supervisados y reciben la rehabilitación necesaria para poder integrarse en la sociedad
- Servicio de orientación a familias
- Trabajo con drogadictos y adolescentes que necesitan ayuda
- Trabajo en la oficina de servicios sociales, por ejemplo, manejando ayuda económica para los habitantes de la comunidad o investigando problemas dentro de las familias
- Trabajo en asociaciones juveniles o como asistente de maestros en escuelas

En este trabajo se hace presente también la vocación religiosa. Los sacerdotes reparten consejos y ayuda a los miembros de sus parroquias. Los diáconos, por ejemplo, trabajan con personas vulnerables.

Trabajo de seguridad

Dentro de este campo existen diferentes posibilidades. Se puede trabajar en prevención e investigación de accidentes y crímenes. Ha aumentado la importancia de la prevención de incendios.

Las posibilidades de trabajo en este campo son:

- Vigilancia de edificios o personas
- Prevención de incendios
- Servicios de rescate
- Control de aeropuertos
- Guardia costera

Este trabajo significa tener contacto con gente y cooperar con diferentes cuerpos profesionales. Por ejemplo, la policía, el servicio aduanero, la guardia costera y el control de aeropuerto trabajan juntos en la lucha contra el contrabando y el terrorismo.

La demanda de este tipo de trabajo está aumentando en los centros urbanos. El trabajo de la guardia de seguridad no tiene mucha importancia porque ha aumentado el uso de la tecnología antirrobo. Por causa del desarrollo de este tipo de tecnología, el trabajo de la guardia de seguridad debe evolucionar. En el futuro será más importante que el guardia hable otros idiomas, sea flexible y tenga conocimientos técnicos.

Trabajo tecnológico

La presencia de elementos informáticos y electrónicos en tecnología está aumentando. La tecnología de productos y servicios está diseñada para satisfacer al potencial usuario o consumidor. Esto significa una exigencia mayor de flexibilidad, análisis de consumo y planificación de producción. Los técnicos preparan el diálogo entre el consumidor y el distribuidor; el producto universal ya no existe. Existen muchísimas direcciones en ingeniería y la mayoría de ellas admiten posibilidades de especialización, como por ejemplo:

- Construcción
- Planificación de producción
- Control de calidad.

Transporte

El campo del transporte emplea trabajadores en diferentes niveles. El rápido desarrollo de la informática y los nuevos sistemas de información y comunicación están influyendo en este campo. Las nuevas tecnologías permiten una planificación más eficaz a la vez que está aumentando la demanda de rapidez y precisión.

El transporte funciona 24 horas diarias. Ejemplos de trabajo en este campo son:

- Transporte de mercancías
- Transporte ferroviario
- Transporte en barco
- Transporte en avión

La fisonomía del comercio está cambiando con cada paso de desarrollo de la tecnología. Hay cada vez más sistemas de información y comunicación innovadores y conforme aumenta la demanda el trabajador debe entender mejor la tecnología, los ordenadores y los idiomas. El trabajo de los chóferes y los trabajadores en almacenes está volviéndose cada vez más eficaz y cualificado gracias a la introducción de los ordenadores.

La necesidad de transporte está aumentando, y el mercado necesitará cada vez más camioneros y conductores de autobús y tren.

Trabajos de futuro

El desarrollo de la tecnología, por ejemplo, en el ámbito de la informática y la biotecnología creará muchos trabajos el futuro. Otros dos campos con mucha perspectiva son medio ambiente y turismo. Los sindicatos están intentando utilizar posibilidades en estos campos para crear empleo, apoyando el estudio y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Formas alternativas de unirse a la mano de obra

Existen varias formas para obtener la calificación necesaria para encontrar trabajo. Una forma es la de recibir una formación menos teórica y más práctica. Las situaciones prácticas están directamente relacionadas con la realidad del mundo laboral, lo que puede resultar útil para el trabajador y la empresa.

Contrato de formación / aprendizaje

Los contratos de formación son una manera muy útil para combinar el trabajo con los estudios. Esta forma de educación tiene una larga tradición y es un buen camino hacia el empleo.

Existe una tradición muy larga de este tipo de contratos entre el empleado y el empresario. El primer contrato de este tipo se concluyó hace 4000 años. El rey Hammurabi (1792 – 1750 AC) de Mesopotamia fue el primero en legalizar estos contratos.

En Finlandia estos contratos se utilizaron en el negocio de artesanía en el siglo XVII. Después se formó una especie de fraternidad y la práctica se desarrolló en una actividad sistemática de formación. En Alemania y otros países europeos es normal tener un contrato de formación / prácticas.

La formación también suele recibir ayuda económica. Las prácticas son apropiadas para los jóvenes y los adultos. De ellas se pueden beneficiar tanto los empresarios como los empleados. El contrato de prácticas supone un puesto de trabajo. Los Centros de formación y Agencias de trabajo ayudan en este tipo de contratos. Los empresarios y los empleados pueden pedirles ayuda.

El objetivo principal del programa europeo Leonardo da Vinci es mejorar la formación profesional – lo que tiene una mayor importancia para el usuario. Alrededor de 250 000 jóvenes participan en este programa cada año.

Los objetivos de Leonardo son:

- Desarrollar una política europea común en el ámbito de la formación profesional,
- Fomentar intercambios para estudiantes y aprendices,
- Poder superar las fronteras con la formación profesional

Para obtener experiencias en proyectos valiosos – Servicio Voluntario Europeo para jóvenes

El objetivo del Servicio Voluntario Europeo es proporcionar a los jóvenes entre 18 y 25 años la oportunidad de trabajar en proyectos comunes en países de la UE o asociados por un período entre 6 meses y 1 año.

Los proyectos pueden ser de carácter social, cultural o medio ambiental y a la vez son útiles para adquirir experiencia trabajando en el extranjero. Es completamente gratuito. El usuario recibe dinero de bolsillo, alojamiento gratuito y un certificado de haber participado. Hay que tener en cuenta que este programa ofrece más una experiencia práctica que un trabajo real. Es una experiencia buena para los estudiantes y jóvenes, pero siendo voluntarios no reciben sueldo.

Condiciones de empleo

Hay dos principales formas de empleo – fijo y temporal. La segunda forma tiene muchas variantes con diferentes condiciones.

Permanente – es casi siempre la forma más segura de empleo. Los horarios y las condiciones de trabajo para los empleados de este tipo deberían acordarse al principio entre el empleado y el empresario.

Temporal – puede tener las siguientes formas:

- **Suplente** – sustituyendo temporalmente a alguien que está, por ejemplo de vacaciones, enfermo, o de baja por otras razones. El suplente sustituye exactamente a una persona determinada hasta que esta no retome su puesto.
- **Periodo de prueba** – empleo por un periodo de tiempo limitado, nunca mayor de 6 meses. Se utiliza cuando no se sabe exactamente si la persona empleada tiene las capacidades suficientes para desarrollar el trabajo. Tras este periodo el trabajador suele recibir una propuesta de trabajo permanente, si el empresario o el empleado no deciden lo contrario.
- **Trabajo de proyecto** – empleo por un periodo de tiempo limitado a la duración del proyecto. El empleo se acaba cuando termina el proyecto.

- **Trabajador “extra”** – empleo para un periodo de tiempo limitado, normalmente como ayuda para terminar el trabajo amontonado.
- **Trabajo estacional** – empleo para un periodo de tiempo limitado, dependiendo del tipo de trabajo. Algunos trabajos se pueden desarrollar en ciertas temporadas, por ejemplo, la recolección de frutas.
- **Trabajo en prácticas** – cuando uno desarrolla la parte práctica de su formación en una empresa. No ofrece la seguridad laboral que ofrece el trabajo temporal.
- **Puesto de aspirante** – es la formación y periodo de educación que lleva al trabajo permanente. Se suele emplear para estudiantes recién llegados de la universidad. La mayoría de esta formación consta de práctica, pero también hay teoría. Suele ser un puesto permanente.

Alquiler de mano de obra

La demanda de flexibilidad es una de las razones por las que prospera este tipo de servicio. La idea principal de las agencias de este tipo es alquilar su personal a aquellas empresas que necesitan ayuda durante un periodo de tiempo. El desarrollo de este servicio conlleva muchos problemas. La mayoría de los trabajadores están en una situación de inseguridad con un sueldo inseguro. La posibilidad de poder contratar el personal de esta manera también ha causado bastantes problemas a los trabajadores de las empresas que suelen utilizar este servicio. Hay casos en que las empresas despiden a sus trabajadores para contratar personal temporal. Las agencias disponen de un número elevado de trabajadores que no suelen pertenecer a ningún sindicato. La naturaleza del servicio es la de desarrollar un trabajo para una empresa a la que no pertenecen; esto representa posteriores complicaciones para los sindicatos.

Cada vez se emplea a más gente de forma temporal. Hay mucha gente que trabaja para agencias de trabajo temporal. La mayor parte de los trabajadores carece de contrato laboral siendo mucho más frecuente entre los jóvenes.

2. Plan de acción

Es muy importante en el seguimiento del desarrollo profesional que el usuario tenga una clara visión de sí mismo y de su futuro. Diseñando un plan de trabajo claro el usuario puede llegar a ser dueño de su futuro. También recibe de este modo la motivación suficiente y la fuerza impulsora necesaria.

El plan de trabajo ayuda al usuario a no terminar en un círculo vicioso y a acercarse a su futuro de forma positiva. También le resultará más fácil enfrentarse con los cambios aunque le resulte difícil al principio.

Un conocimiento más profundo junto con una mejor comprensión de los recursos personales y profesionales le ayudará a formar un plan estratégico dirigido a la incorporación al mundo laboral. La ayuda que debería ofrecer el orientador viene dada entre otras cosas, por:

- Conocimientos y formación que facilitarán su búsqueda de trabajo
- Enseñanza particular
- Estrategia personal y plan de acción

El plan de acción incluye propuestas concretas en caso de que el usuario quiera encontrar trabajo, estudiar o empezar su propio negocio. Hacer un plan ayudará al usuario a tener una visión más clara sobre la forma de alcanzar sus objetivos. Una vez establecido el margen de tiempo para llegar al objetivo definido dentro del plan, el usuario tendrá una lista de auto control que siempre le dirigirá hacia el futuro. La consecuencia de las acciones que hay que emprender dependerá de la dirección elegida por el usuario.

Se presentan aquí algunos ejemplos de planes de trabajo en el caso de búsqueda de trabajo, estudios en el extranjero y comienzo de un negocio.

Empleo

Pida al usuario que contacte con empresarios, que no sean el grupo objetivo, en otras partes del país y que pregunte cómo les gustaría que fuera su compañero o trabajador y

cuál es su mayor obstáculo. Que pregunte sobre qué importancia tienen el interés, las calificaciones, la experiencia y la educación en ese negocio. La visión será más clara si se contacta con más gente. Así el usuario podrá hacerse una imagen de cómo es el compañero de trabajo o empleado ideal.

Pida al usuario que compare el negocio elegido con su propio CCEI. Sería normal encontrar puntos comunes al estar el usuario interesado en este tipo de negocio.

Si la educación es importante para él y si el usuario quiere estudiar, ¿qué quiere estudiar? y ¿de quién es la decisión?

Es muy importante saber cuáles son los requerimientos de las empresas para el puesto de trabajo deseado.

Trabajando en este sentido, buscando contactos, empiezan a pasas cosas interesantes: conocer gente, leer artículos y visitar sitios Web. Todo lo llevará directamente a encontrar el trabajo deseado.

¿Qué es lo que el usuario tiene que hacer?

¿Qué objetivos alcanzables se le presentan (trabajo, estudios, mi propia empresa)?

¿Cuáles son sus objetivos parciales?

¿Qué debería hacer?

¿Qué es lo que tiene que hacer para alcanzar sus objetivos?

¿Cuándo lo hará?

¿Cuándo empezar?

¿Cuándo terminar?

¿Cuándo alcanzar los objetivos parciales?

Empezar mi propio negocio

Las ventajas de tener un negocio propio es ser tu propio jefe y tomar las decisiones solo. Puede que a veces uno se sienta solo a la hora de tomar decisiones muy importantes y no pueda resolver sus problemas.

Antes de empezar su propio negocio, el usuario debería estar al corriente de cuáles son sus habilidades y capacidades y tener un conocimiento básico sobre cómo llevar una empresa. Lo último se puede resumir en un “Plan de negocios”, que es un documento que describe los asuntos de la empresa, su entorno y su situación económica. También contiene ideas de cómo expandir los negocios y qué recursos son necesarios para hacerlo.

El tamaño del plan de negocios puede variar – desde unas páginas para una empresa pequeña hasta un documento muy detallado para una empresa grande.

El usuario debería de hacer el plan por si mismo. La mejor manera de empezar es enumerando sus propias convicciones, ideas y visiones – realistas.

El plan de negocios:

- Explica a los financieros cuál es la naturaleza del negocio.
- Les explica en qué entorno y cómo funciona el trabajo.
- Ayuda a comunicar con ellos.
- Aumenta la credibilidad del negocio.

Para más información sobre este tema véase la página Web www.careercenteronline.org.

Estudiar en el extranjero

Vivimos en un mundo globalizado y se está volviendo cada vez más fácil trabajar y estudiar en el extranjero. Estudiar en el extranjero puede enriquecer el desarrollo personal y profesional. Los empresarios suelen emplear gente con conocimientos de

idiomas y formación específica. Si se tiene una carrera académica internacional hay más posibilidades de empleo. Además, el usuario obtiene contactos internacionales que en el futuro le pueden ser útiles. Por el lado personal el usuario tiene la posibilidad de vivir nuevas experiencias y nuevos entornos y tener amigos de muchos países. ¡El tiempo pasado estudiando en el extranjero es una experiencia preciosa y un recuerdo para toda la vida!

¿Por qué debería el usuario estudiar en el extranjero y no en su país?

Hay muchas razones. A lo mejor los estudios elegidos por el usuario no existen en su país. Es muy importante pensar en qué hacer tras terminar los estudios. Por ejemplo, si el usuario decide estudiar derecho en Francia le será más fácil encontrar trabajo allí que en su país. Si el usuario está interesado en trabajar en el extranjero también existen las posibilidades como trabajo voluntario o *au pair*.

¿Qué planes para el futuro tiene el usuario? ¿Qué quiere ser?

Hay muchas posibilidades en el campo educacional. El usuario debería encontrar lo que le interesa para elegir con más facilidad una formación adecuada. La búsqueda de información requiere mucho tiempo y paciencia por parte del usuario. ¿Qué quiere estudiar el usuario? Idiomas, formación profesional, etc. Lo más fácil es apuntarse a un curso de idiomas. Si el usuario desea entrar en la universidad debería planificarlo con un año de antelación. El orientador para estudios universitarios le puede dar más información.

¿Dónde quiere estudiar el usuario?

Al elegir el país de estudios uno debe tener en cuenta que tendrá que demostrar el conocimiento del idioma, normalmente con un examen. La excepción son los cursos de idiomas. En el caso de estos da igual si el usuario tiene un nivel elemental o superior.

¿Dónde trabajará y vivirá el usuario tras terminar los estudios?

En caso de que el usuario quisiera vivir en el extranjero sería lógico terminar los estudios allí. Si su deseo es regresar a su país debería saber qué valor tendrán los estudios internacionales en su país. Lo mejor es pedir ayuda a la universidad directamente, al colegio de formación o al centro de empleo local.

¿Cómo pagará el usuario los estudios?

La forma más frecuente es pedir una beca de estudios. Existen manuales de becas en las bibliotecas y en Internet.

También hay información en la base de datos NARIC (<http://www.enic-naric.net>), útil sobre todo para verificar qué valor tienen los estudios en diferentes países. Hay también un listado con las preguntas más frecuentes sobre estudios en el extranjero.

Importante

Para estudiar en los países de la UE se necesita permiso de residencia. Este documento se obtiene en el país donde se desarrollan los estudios (las embajadas tienen la información necesaria). Para estudiar en los países fuera de la UE será necesario obtener un visado. Las embajadas expiden los visados.

Trabajo en el extranjero

Es aconsejable que el empresario y el empleado visiten el portal EURES, donde encontrarán toda la información necesaria para la gente interesada en trabajar en otros países o para aquellos empresarios interesados en emplear a extranjeros.

<http://europa.eu.int/eures/index.jsp>

Para estudiar en el extranjero: <http://citizens.eu.int>

La búsqueda de trabajo:

Fuentes de información

El objetivo del capítulo “La búsqueda de trabajo” es la introducción de las características y elementos del proceso de búsqueda. En primer lugar se proporciona información general sobre las herramientas principales y más populares de búsqueda de trabajo, siendo éste un elemento esencial en el proceso completo de orientación y de apoyo al usuario dentro un entorno amistoso y relajado con el objetivo de encontrar el mejor empleo. El orientador conduce el proceso proporcionando al usuario recursos de información apropiados, ejemplos teóricos y prácticos y consejos útiles. Después sigue la presentación detallada de las principales fuentes de información: prensa, agencias de empleo e Internet. También incluye consejos para el orientador para que consiga una visión más real del proceso de la búsqueda. De esta forma después de concluir de forma eficaz el proceso de búsqueda de trabajo, el usuario puede dar el paso siguiente en el camino que lo lleve a encontrar y empezar su nuevo trabajo, concretamente la solicitud, que es el sujeto del capítulo siguiente del presente Manual.

1. Técnicas y procedimientos de recuperación de información en el proceso de búsqueda de trabajo

Existen cuatro modos principales de investigación en el proceso de búsqueda de trabajo:

- Investigación en prensa y medios electrónicos (principalmente periódicos);
- Utilización de los servicios de las agencias;
- Búsqueda de información en Internet;
- Establecimiento de contactos para conseguir información y crear expectativas.

El usuario debería utilizar todos estos recursos para asegurar un resultado positivo en su búsqueda de trabajo. La utilización simultánea de estos recursos le permitirá llegar a

conclusiones más fiables – porque diferentes fuentes de información se complementan y mejoran.

2. **¿Qué es la búsqueda de trabajo?**

Buscar trabajo es uno de los pasos principales en el proceso de orientación al usuario para su incorporación en el mundo laboral.

Una gran parte de la campaña de búsqueda de trabajo se centra en detalles, por eso es útil verla como una entidad – lo que ayudará a mantener una visión global del proceso. Existen varios conceptos clave que ayudarán al usuario a desarrollar y mantener una búsqueda de trabajo positiva y productiva.

- Una búsqueda de trabajo eficaz no es una serie de ejercicios previsibles

Aunque los pasos estén bien definidos, cada individuo utiliza diferentes enfoques y estrategias. Es importante saber que no existe una sola forma científica de buscar trabajo – la búsqueda consiste en una variedad estratégica de actividades conducidas simultáneamente.

- La búsqueda de trabajo es un proceso y no un acontecimiento

El usuario debería entender la búsqueda de trabajo como un proceso. Hay que plantear su búsqueda en un periodo de tiempo significativo. El proceso no debería tener una fecha de finalización, no hay que imponerse plazos que respetar.

- La actitud del usuario en el proceso de búsqueda influirá en los resultados

Hay que enseñar al usuario a enfocar la búsqueda del trabajo ideal – el trabajo que coincida con sus intereses, habilidades y destrezas, perspectivas profesionales y estilo

personal. Debería evaluar cada oportunidad dentro de un contexto de planificación profesional, es decir, cómo lo ve ahora y a largo plazo como parte de su vida.

- El usuario es lo más importante

Hay que hacer creer al usuario que la clave más importante de éxito es él. Que se sienta valioso, haciendo la lista de sus méritos. No hay que dejarle perder tiempo y energía emocional comparándose con los demás.

Cómo realizar una búsqueda de trabajo eficaz

¿Está el usuario preparado para empezar a planificar y realizar una búsqueda de trabajo eficaz? Las dos cosas más importantes para aquellos que buscan trabajo son una buena información y un conjunto de habilidades de búsqueda bien desarrolladas. Hay **tres factores importantes** para una búsqueda de trabajo eficaz: comprensión del mercado laboral, campaña de búsqueda bien organizada y conocimiento de los propios objetivos y destrezas.

Para una búsqueda eficaz de trabajo, se necesitan los siguientes pasos.

PASO N° 1: Auto-evaluación³

El usuario debe conocer sus valores, intereses, destrezas, logros, experiencias y objetivos. Aunque sea un proceso duradero, la auto-evaluación produce información muy importante que facilitará las decisiones profesionales y futuros pasos en el proceso de búsqueda de trabajo.

El conocimiento de sus valores ayudará al usuario a explorar sus objetivos profesionales y a conseguir un futuro trabajo satisfactorio. Los intereses están estrictamente relacionados con los valores y con frecuencia provocan el desarrollo de ciertas

³ Véase el Capítulo III – Desarrollo del perfil del usuario: Métodos y Herramientas

destrezas. Los intereses quedan definidos como modelos duraderos a lo largo de la vida, que persisten con el transcurrir del tiempo.

Otra clave para empezar una búsqueda eficaz es ayudar al usuario a individualizar sus habilidades positivas. Aquellas que se pueden utilizar en entornos diferentes son aquellas con más salida. Se conocen como habilidades transferibles. Por ejemplo, las habilidades de escribir de forma eficaz, comunicar verbalmente y utilizar ordenadores o bases de datos se consideran muy valiosas en los sectores público y privado.

Se puede encontrar información detallada sobre auto-evaluación y métodos y tests de evaluación en el Capítulo 3 de este manual.

PASO N° 2: Investigación y exploración de las posibilidades profesionales⁴

El siguiente paso en la búsqueda de trabajo es explorar la coincidencia entre las propias habilidades, intereses y valores y las demandas en los campos profesionales y organizativos.

PASO N° 3: Elegir el campo profesional y dirigirse a los empresarios

Tras investigar con detalle las posibilidades profesionales, surgirán varias opciones que resultarán realistas y atractivas. Estas opciones deberían transformarse en objetivos profesionales para buscar trabajo. Es posible que ninguna de las opciones permita al usuario el desarrollo de todas sus destrezas o intereses y no coincida completamente con el sistema de valores del usuario. Por tanto hay que ayudarle a fijarse en las opciones profesionales que cumplan con sus necesidades prioritarias.

PASO N° 4: Planificación y desarrollo de la campaña de búsqueda de trabajo

⁴ Véase el Capítulo IV – Estrategias de Planificación Profesional

Hay que ayudar al usuario a establecer una fecha límite para encontrar trabajo y decidir cuánto tiempo puede dedicar a la búsqueda. Algunas personas piensan que no se pueden permitir restar tiempo a sus estudios o a un trabajo agotador. Cuantos más contactos y entrevistas consiga el usuario, más ofertas de trabajo se le presentarán. Por eso tiene mucho sentido utilizar varias estrategias.

3. Búsqueda de trabajo y diferentes medios de comunicación

Los medios de comunicación tienen un papel muy importante en el proceso de búsqueda de trabajo ya que establecen y mantienen el contacto entre los que buscan trabajo y los que lo ofrecen.

Periódicos: los periódicos son el medio más popular cuando se busca trabajo. Son fácilmente accesibles y cómodos a la hora de buscar información necesaria acerca de ofertas de empleo.

Lo primero que el usuario debería hacer es entender bien la naturaleza de los anuncios. Es decir, saber exactamente qué dicen. En muchos casos no es una tarea difícil, pero a veces contienen trucos que hay que conocer. En general ofrecen pistas sobre las características de las empresas y el puesto de trabajo ofrecido. La primera pista es la forma del anuncio y el sitio donde está publicado.

Los más fáciles de encontrar son los anuncios de aquellas compañías que poseen una larga y consolidada existencia. Se publican de forma bien clara y se pueden reconocer fácilmente. Llevan la persona de contacto con su título, el nombre del departamento con una descripción del trabajo precisa e instrucciones de solicitud muy claras. Lo mismo pasa en el caso de puestos vacantes en trabajos gubernamentales y cuerpos oficiales. Sus anuncios llevan el logo de la organización y una pequeña parte del anuncio queda reservada a la descripción de las principales características de la empresa.

Los anuncios publicados con un logo llamativo indican que la empresa quiere atraer la atención de los que buscan trabajo. La razón puede ser que les va excepcionalmente bien o que quieren destacarse frente a otras empresas competidoras.

A veces los anuncios solicitan que la respuesta se envíe a un apartado de correos. La primera pregunta que surge en este caso es: ¿Quién es esta gente y qué es lo que intenta ocultar? Estas dos preguntas hacen que muchos de los posibles aspirantes dejen de considerar el anuncio y no presenten sus solicitudes.

▪ Trucos para entender el verdadero sentido de los anuncios

Existen muchísimos anuncios de puestos vacantes en periódicos diarios. ¿Qué significan todos esos anuncios?

Esta guía ayudará a interpretar algunos de los ejemplos más sencillos y a entender cómo funciona el proceso.

Se presenta a continuación una lista de ejemplos de anuncios:

Marketing

Nuestros representantes de ventas ganan más de 60.000 € cada año. Si le interesa el deporte puede optar a nuestros:

- ✘ Generosos beneficios
- ✘ Formación gratuita en el puesto de trabajo
- ✘ Oportunidad de viajar
- ✘ Ser su propio jefe

Si usted está harto de la rutina diaria y necesita un cambio, llame a Juan Lalona, Holiday Inn, Viernes, 28 de Julio, al número de teléfono: 555-1121

Cómo leerlo:

Muchos trabajos que parecen demasiado buenos para ser reales, no son reales. Conviene llamar tras leer este anuncio, preguntar mucho y no dejarse comprometer.

En este anuncio no aparece ningún nombre o ubicación de empresa, y tampoco lo que se vende.

PODER HUMANO A TIEMPO PARCIAL

Tareas a corto y largo plazo. Sueldo por semana. Sin fianzas. Para entrevistas llamar al 555-1121.

Cómo leerlo:

Los servicios de empleo temporal pueden ser útiles para ganar experiencia. Sólo contestar a aquellos que digan que el empresario paga la fianza.

Ayudante de electricista para cableado y asistencia en viajes. Presentarse el 10 de Julio en Avenida Sagunto 42, entre las 9 y 12 de la mañana. NO LLAMAR.

Cómo leerlo:

Una hora precisa significa que llegar pronto puede ser una forma de adelantarse a la competencia. Estar allí muy temprano, preparado para rellenar la solicitud y estar vestido para empezar el trabajo. No llamar por teléfono.

Recepcionista – características/tareas, conocimientos de Word, necesarios conocimientos de informática, preferiblemente con experiencia; sueldo bajo, buenos beneficios, enviar CV a Apartado Correos 16409 C/O hasta 23 de Agosto.

Cómo leerlo:

Este trabajo es de por lo menos 40 horas semanales. Son necesarios conocimientos de informática. Tendrán prioridad aquellos que han trabajado como recepcionistas en el pasado.

El sueldo es bajo. Es muy importante enterarse de qué se entiende por buenos beneficios antes de aceptar el trabajo.

La publicación del apartado de correos en lugar de la dirección oculta la identidad de la empresa. Las empresas están bien protegidas con este tipo de anuncios al no existir ninguna regulación de publicación de los mismos.

Empleado de bodega – solicitar exclusivamente en persona. Mr. EATS, 2702 Avenida de La Constitución.

Cómo leerlo:

No llamar al empresario. Presentarse allí cuando no haya mucha gente, por ejemplo, temprano por la mañana. Vestir de forma apropiada para empezar a trabajar en seguida.

Profesionales de viajes

La industria turística crece conforme aumentan los viajes. Se ofrecerán miles de trabajos para aquellos que tengan la formación adecuada. Tú también puedes desarrollar una carrera de éxito en este ámbito como auxiliar de vuelo, agente de viajes o recepcionista.

Más informaciones Sr. Lalona, número de teléfono 555-1121

¡EMPIEZA TU NUEVA CARRERA AHORA!

Cómo leerlo:

Este anuncio no habla de ningún puesto de trabajo. Menciona formación, así que parece ser una escuela buscando alumnos.

FRASES CLAVE ESPECÍFICAS

Es muy importante familiarizarse con el lenguaje de los anuncios. Se ha desarrollado una especie de lenguaje cifrado y se piensa que la gente es demasiado tonta para entenderlo. La siguiente lista expone las frases más importantes que los empresarios utilizan en los anuncios. Esto no significa que el que escribe el anuncio quiera engañar a los que buscan trabajo. A continuación se presentan algunos “requisitos” pedidos por los empresarios:

- ✘ **Persona dinámica:** Puede significar que el aspirante será el único en la oficina que trabaje de verdad o que el trabajo tendrá un sueldo básico bajo con comisiones, si uno trabaja duro.

- ✘ **Buenas habilidades de organización:** Esto suele introducir un trabajo relacionado con temas de papeleo, relleno de formularios, etc. A veces en vez de “buenas habilidades de organización” también se utiliza la frase “bien organizado y eficaz”.

- ✘ **Sentido del humor:** Esto puede significar que el aspirante debería de tener sentido del humor cada vez que cobra el sueldo, o incluso que el empresario es raro.

- ✘ **Entusiasmo más importante que experiencia:** Esto suele significar que no pudieron encontrar a nadie dentro de la profesión que estaban buscando. El sueldo suele ser bajísimo por “la falta de experiencia”.

- ✘ **Capaz de trabajar por iniciativa propia:** Esto significa que el aspirante trabajará solo pequeña oficina, desarrollando todo el trabajo.

- ✘ **Poca tolerancia al aburrimiento:** Significa lo contrario: que el trabajo es tan aburrido que al aspirante le parecerán interesantes las grapas después de trabajar sólo una hora en la empresa.

- ✘ **Disfrutar de los desafíos:** El desafío consistirá en trabajar todo el día y quedarse horas extra. Es muy importante considerar bien el sueldo en estos casos.

Se presenta también una **breve guía** de “verdaderos sentidos” presentados entre líneas. Es útil que el usuario los conozca. Pueden serle de inmensa ayuda al navegar por un mundo de los anuncios que puede parecer demasiado simple.

- ✘ **Requisito de nivel de entrada:** Le pagaremos poquísimo y tendrá que hacer todo el trabajo sucio. Lo que necesitamos es un cartero, pero hasta ellos tienen sus estándares y no se dignarían a considerar el sueldo que ofrecemos. Y “ejecutivo” quedará mucho mejor en su tarjeta de presentación.
- ✘ **Requisito de nivel en empresa prometedora:** Únase a nosotros y hará todo el trabajo sucio por un sueldo miserable. Si nos hacemos grandes aumentaremos su sueldo para que apenas se pueda sustentar. Con suerte seguiremos existiendo dentro un año.
- ✘ **Necesidad urgente:** Es el último día de trabajo de la persona que trabajaba aquí antes. Se nos ha olvidado por completo y la situación es de locos. ¡Le daremos el trabajo al primer aspirante!
- ✘ **Importante respetar los plazos:** Tenemos una barbaridad de trabajo acumulado y esperamos que nos lo limpie en una semana.
- ✘ **Tareas posiblemente variables:** En este momento no tenemos una descripción del trabajo que le podemos dar. Creemos que será mejor darle el mayor trabajo posible. Así cada empleado de la oficina puede ser su jefe.
- ✘ **Entorno con ritmo acelerado:** Esperamos que usted se forme solo. No tenemos dinero o tiempo para invertir en formaciones costosas. Adáptese rápido o desaparezca.

- ✘ **Entorno entretenido:** Sus colegas se ofenderán si no se va de copas con ellos. Se ofenderán si no paga. Piensan que podrán divertirse a su costa.
- ✘ **Atmósfera profesional:** Tendrá que llegar a trabajar vestido de traje negro, da igual el tiempo que haga. Todos aquí nos parecemos a pingüinos embalsamados. Los altos directivos visten de gris.
- ✘ **Ambiente competitivo:** Tenemos mucho movimiento aquí. Después de un tiempo, nuestros empleados prefieren trabajar para la competencia, que paga mejor y ofrece más ventajas.
- ✘ **Salario competitivo:** Seguimos funcionando porque pagamos menos de lo que paga nuestra competencia. De todas formas, hay que recortar los gastos de alguna manera.
- ✘ **Otros beneficios:** Le daremos dos tazas diarias de agua tibia llamada café, toda el agua que pueda beber y todo el aire que pueda respirar. Los servicios son generalmente gratuitos. ¡El papel higiénico también!
- ✘ **Variedad de beneficios:** Recortaremos gran parte de su salario (su contribución y la nuestra) con la excusa de su participación voluntaria. Proporcionamos el seguro, pero usted paga la prima.

▪ Ejemplos de anuncios de trabajo

Aquí se presenta una lista de ejemplos de anuncios publicados en diferentes fuentes – Internet, periódicos.

Ejemplo 1:

FISIOTERAPEUTAS se necesitan para cadena de gimnasios con próxima apertura en distintos puntos del País Vasco.

Enviar CV a SPORT-XXI@terra.es.

Abstenerse personas sin carrera de fisioterapia finalizada.

E-Mail: SPORT-XXI@terra.es

Comunidad: País Vasco

Ejemplo 2:

Trabaje en casa con su pc

Añadido: 30/04/04 Expira el: 29/07/04 Vistas: 5

Contenido de Trabajo en casa con su pc

Agente Colaborador Independiente. Negocio fácil, importantes ingresos, compatible con cualquier actividad, ideal para trabajar en casa con PC o teléfono, a tiempo total o parcial.

Información del contacto

Contacto	Telmo Silva Preguntar
E-mail	negociofacilonline@yahoo.es
Telf.	627383592
País	ESPAÑA
Prov./Estado	Pontevedra
Ciudad	Vigo

Sito Web <http://www.1cellnet.com.es/calltel>

Ejemplo 3:

Puesto: JEFE DE MANTENIMIENTO 27/04/2004

EMPRESA: Hotel Partner LAzohía

SECTOR: Otros -

PROVINCIA: Murcia

PALABRAS CLAVE: Jefe de Manteni

DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y LA EMPRESA

Hotel Partner LAzohía necesita Jefe de Mantenimiento con experiencia contrastada.

SE BUSCA

Jefe de Mantenimiento con experiencia contrastada.

SE OFRECE

TIPO DE CONTRATO: No Definido	JORNADA: No Definido
INICIO OFERTA: 27/04/2004	FIN OFERTA: 04/05/2004
CONTACTO: Interesados llamar al 968 150228.	
Oferta nº 103681	

Ejemplo 4:

A+G ARQUITECTURA, S.C.P.

A+G ARQUITECTURA, S.C.P. Plaça Agermanament, 3, local D 08800 Vilanova i la Geltrú	
Descripción / Especialidad :	Estudio de arquitectura y urbanismo. Se realizan proyectos ejecutivos de viviendas unifamiliares y plurifamiliares, proyectos de interiorismo, certificados, dictámenes, estudios de viabilidad, valoraciones inmobiliarias y todo lo relacionado con el sector.
Facturación / Plantilla :	3 plantilla
Sectores de Actividad :	Arquitectura
Zonas de trabajo :	Cataluña

DELINEANTE **VILANOVA I LA GELTRÚ**

Funciones:

Delineación de todo tipo de proyectos.

Buscamos:

Profesional con 1-2 años de experiencia.
 Dominio de autocad version 2000.
 Conocimientos de office (Word, Excel...).
 Se valorará conocimientos de photoshop, 3dsmax.
 Preferiblemente con carné de conducir y coche propio.
 Buen nivel de catalán.

Se ofrece: Incorporación inmediata.

Jornada completa.

Remuneración según convenio. Se valorará experiencia.

▪ **Escoger el mejor anuncio para el trabajo deseado**

Es muy importante ayudar al usuario a escoger el mejor anuncio.

¿Qué significa ser el mejor anuncio? Puede interpretarse de varias formas e incorpora varias características dependiendo del punto de vista.

En primer lugar, la mejor oportunidad de trabajo debe mostrar una coincidencia entre las habilidades personales del usuario y sus objetivos específicos. Esto significa que tendrá oportunidad de desarrollar sus habilidades plenamente dentro del campo de trabajo deseado.

A la vez es muy importante encontrar la mejor empresa – empresa que transmita confianza y no insinúe un tratamiento ambiguo en el anuncio. Hay una lista de requisitos con los que la empresa debería cumplir para considerarse una empresa segura. El nombre y la dirección deberían aparecer escritos en el anuncio, preferiblemente junto a la persona de contacto, un número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico. La información sobre el puesto de trabajo debería presentarse de forma clara y concisa. Todo trabajo abstracto y poco realista debería descartarse de inmediato por poco fiable.

4. Introducción a las agencias de búsqueda de trabajo

Las agencias de búsqueda de trabajo son otro medio de asistencia en la búsqueda de trabajo. Los periódicos están llenos de ofertas de agencias de este tipo que intentan encontrar usuarios potenciales. Parece sencillo pedir a una de ellas que encuentre el mejor trabajo posible. Pero desgraciadamente, no es así.

Registrarse en una de estas agencias puede resultar muy útil en el proceso de búsqueda de trabajo. Por supuesto pueden no tener ofertas referentes al trabajo deseado, pero no tardarán en encontrarlas.

En general, las agencias de búsqueda de trabajo no deberían cobrar por el servicio prestado. Sin embargo la mayoría de las veces lo hacen, especialmente para incluir el CV de sus usuarios en bases de datos que utilizan los empresarios para encontrar futuros empleados.

El usuario no debería limitarse sólo a esperar los resultados de la búsqueda de trabajo por dichas agencias y debería buscar en otros sitios también. Es siempre útil obtener algunas recomendaciones sobre buenas agencias de amigos o colegas. El usuario

debería apuntarse en varias agencias, preferiblemente en esas que se especializan en el campo de trabajo que le interesa.

El usuario debería contactar con la agencia antes de enviarle el CV, los CV no solicitados suelen acabar en las papeleras. Es mejor ir a hablar con las agencias – las mejores agencias invitan a los usuarios a una entrevista. Si se especializan en el campo o industria deseada pueden dar información confidencial valiosa sobre el estado del mercado de trabajo en cuestión.

Hablando en términos generales, hay cuatro tipos de agencias de empleo:

- Centros de empleo
- Agencias de trabajo temporal
- Agencias de colocación
- Agencias gubernamentales de empleo o formación

Centros de empleo – son las más sencillas. ¿Cómo se reconocen? Básicamente el usuario podrá apreciar largas líneas de tabloneros con anuncios de diferentes empleos. En cada tablón hay una serie de tarjetas con información sobre puestos vacantes con la descripción del trabajo, el horario, el sueldo y las cualificaciones requeridas.

También existen Centros Nacionales de Empleo, donde los desempleados pueden registrarse y son pagados durante el tiempo que tarde en encontrar trabajo.

Agencias de trabajo temporal – el desempleado se apunta en una lista y la agencia encuentra un trabajo temporal o a tiempo parcial. Normalmente el sueldo no suele ser alto. El salario mínimo se supera rara vez, sólo en caso de que el usuario sea un profesional inscrito en una agencia especializada. Es útil apuntarse a este tipo de agencias si uno tiene habilidades o cualificaciones profesionales; los empresarios suelen llamarlas cuando se les agotan los contactos personales.

Agencias de colocación – en general estas agencias utilizan dos métodos de trabajo principales. En el primer caso el usuario deja su CV en la agencia, que lo incluye en las bases de datos y busca las posiciones más apropiadas que coincidan con las habilidades y capacidades del usuario. El segundo se basa en el siguiente principio: las compañías

acuden a las agencias en búsqueda del mejor aspirante para una cierta posición. La agencia hace el estudio y proporciona a la empresa una lista de candidatos para el puesto ofrecido (ver ejemplos 3 y 4).

Hay agencias bien establecidas que intentan hacer todo lo posible para satisfacer a sus usuarios (empresas). Normalmente estas agencias, tras formar la lista de aspirantes, hacen un primer ciclo de selección del mejor candidato. Los aspirantes son entrevistados, hacen algún tipo de test o control de sus habilidades y capacidades. De esta forma sólo los CVs de los aspirantes más apropiados se entregan a las empresas.

Las agencias de este tipo ofrecen muchísimas oportunidades, pero una vez que se empieza a buscar el trabajo, parece que no hay nada apropiado para el demandante. Luego surge la pregunta ¿cómo es posible esto? La mayoría de las agencias trabajan con comisiones, es decir, que las empresas les pagan comisiones para encontrar empleados, así que muchos de los anuncios son creados para atraer a las empresas.

Encontrar la estrategia más apropiada para tratar con las agencias es una parte muy importante de la búsqueda de trabajo. Es importante tener cuidado, el usuario debería tener buenas sensaciones de la agencia antes de darle sus detalles, etc.

Una cuestión importante sobre las agencias de búsqueda de trabajo es su ganancia. Cuando uno se apunta a una agencia, debería saber que estas persiguen un beneficio. Las más respetables y las mejores adquirieron una filosofía a largo plazo; cuanto mejor sea atendido el usuario más tiempo seguirán en el mercado. Por otra parte hay agencias que no están interesadas en estrategias a largo plazo, lo importante es ganar ahora.

Pensando en lo que se ha dicho antes, es muy importante **ayudar al usuario a encontrar la agencia más apropiada**. No es un trabajo fácil y requiere una preparación preliminar. Es decir, tener una lista de agencias fiables ya preparada o explicar al usuario las características en las que debería fijarse para elegir la agencia más apropiada.

En caso de que el usuario elija una agencia de empleo, debería seguir las **siguientes recomendaciones**:

- Sólo servirse de agencias como parte de la estrategia general de búsqueda de trabajo. La posibilidad de éxito sirviéndose de agencias es poca, mejor combinarlo con otras estrategias.
- Tener en cuenta que las agencias dependen de la gente que les paga – los empresarios. Esto significa que la agencia no tiene que tener como prioridad encontrar un trabajo ideal, que coincida con las habilidades y destrezas personales del usuario.
- Si se ha encontrado una persona de confianza en alguna de las agencias, seguir en contacto con ella. Si existe un contacto personal es más probable que se le presente alguna oferta de trabajo.

5. Internet

- La utilidad de Internet

Hay que presentar al usuario las ventajas de utilizar Internet en el proceso de búsqueda de trabajo. Puede ser una herramienta preciosa en el progreso de búsqueda. Es muy fácil **encontrar suficiente información** online. Sin embargo, también hay que destacar el hecho de que no conviene perder demasiado tiempo navegando en la red. También es importante explicar que aunque es cierto que Internet ofrece una cantidad de información ilimitada, la calidad de estas fuentes es muy variable.

Utilizar varios **buscadores** es tal vez la mejor forma de sacar lo mejor de Internet en el caso de la búsqueda de trabajo. Aseguran el acceso a directorios e índices de información. La búsqueda de trabajo online incluye varios sitios útiles, anuncios electrónicamente clasificados y también sitios oficiales de diferentes empresas.

Existen técnicas especiales de búsqueda de trabajo online. Las dos principales son:

1. Técnica de búsqueda mediante buscadores

Uno de los elementos más eficaces de la búsqueda online es la utilización de buscadores como punto de partida. De esta forma el usuario no va a poder buscar en los sitios oficiales de las empresas que ya conoce, sino que también encontrará empresas (y trabajos) nuevas. Puede utilizar los buscadores para encontrar la máxima información posible sobre los empresarios que ha identificado ya.

La búsqueda puede empezar buscando el nombre de la empresa. Después se elegirán los sitios que aparecen para buscar más información. Hay que tener en cuenta que muchas empresas tienen una lista actualizada de los trabajos ofrecidos en sus páginas Web, lo que significa una herramienta excelente para encontrar oportunidades actuales. Muchas empresas suelen también tener una sección de sus páginas Web dedicada a información de la formación que ofrecen. Luego conviene expandir la búsqueda. En primer lugar hay que hacer clic en la línea debajo del nombre de la empresa. Allí aparecerá la lista completa de otras empresas de la misma industria.

2. Técnica de búsqueda con buscadores mediante palabras clave

Después de terminar la búsqueda de las empresas por nombre, el usuario puede regresar al buscador y empezar la búsqueda por palabra clave.

Por ejemplo, si el usuario está intentando encontrar puestos de maestro en Berlín, debe buscar con las palabras claves “maestro Berlín”. Aparecerán todas las empresas que contienen en su página Web las dos palabras clave, lo que puede traducirse en un número demasiado elevado de páginas. En algunos casos pueden ser comunicados de prensa, pero lo más probable es que sean puestos de trabajo en páginas Web. Esto puede ayudar al usuario a encontrar empresarios que a lo mejor no habría podido encontrar de otra manera.

Otro aspecto muy útil de Internet es el correo electrónico. Es un sistema para enviar los mensajes a cualquier parte del mundo en segundos. Si el usuario tiene una dirección de correo electrónico, tiene ventaja sobre aquellos que no la tienen. Facilita estar en contacto con empresarios potenciales y ayuda a mandar CVs y cartas de motivación de forma mucho más sencilla que los medios de comunicación tradicionales.

- Cómo puede Internet ayudar en el proceso de búsqueda de trabajo

→ **Investigación** – es el campo donde Internet resultará más útil que cualquier otro medio. El usuario debería estar al corriente de la utilidad que esta herramienta puede tener a la hora de buscar y compartir información de forma rápida y sencilla. Buscar utilizando Internet tiene varias ventajas. La primera de ellas es que incluso las empresas y organizaciones más pequeñas tienen sus propias páginas Web. Por supuesto la razón más importante de estas páginas es vender, pero la mayoría incluye una pequeña sección con la historia de la empresa, la lista completa de contactos, y a veces también una lista de ofertas de empleo. La segunda ventaja es el acceso a muchísimos periódicos accesibles online. Casi cualquier periódico local, regional o nacional tiene su propia versión electrónica. Algunos periódicos nacionales tienen una base actualizada de ofertas de trabajo.

→ **Asistencia** – Internet es una forma sencilla de conseguir orientación online de cualquier tipo de asistencia. Al igual que sucede en la vida real, la calidad de los consejos varía bastante. El usuario debería estar al corriente de los servicios de orientación disponibles en la red y a la vez utilizar estos servicios de forma prudente. El mejor sitio para encontrar una orientación segura y sólida, así como los mejores profesionales, son las páginas de las principales universidades. En estas páginas hay centros de desarrollo profesional que ayudan a los aspirantes mediante servicios de información, consejos profesionales y recomendaciones.

Un buen ejemplo de asistencia online es el ***VIRTUAL CAREER CENTER (VCC)*** (www.careercenteronline.org) desarrollado del marco del Proyecto Leonardo da Vinci “Desarrollo de Servicios Profesionales Juveniles”.

Este sitio Web proporciona información útil sobre desarrollo profesional mediante las nuevas tecnologías de información. Está diseñado para aquellos jóvenes que intentan comenzar su carrera profesional, aunque puede ser también de ayuda para los orientadores que trabajan en este campo.

VCC se divide en diferentes secciones: orientación y formación por email y recursos. Existe un centro especial de formación donde se explican todos los pasos necesarios para comenzar la búsqueda de empleo: autovaloración, búsqueda de trabajo, solicitud de trabajo y entrevista en el nuevo puesto de trabajo. Estos módulos proporcionan no sólo teoría sino también ejercicios y tests interactivos que involucran al usuario de forma eficaz. De esta manera, el usuario puede adquirir de un modo sencillo, interesante y atractivo, las habilidades y competencias necesarias, así como la formación para comenzar una búsqueda de trabajo satisfactoria.

→ **Puestos vacantes** – cuando se busca un empleo concreto, Internet se puede convertir en un caos sin salida. El usuario debería tener cuidado para que la naturaleza adictiva de este medio no convierta su búsqueda en una simple caza de empleo online. De hecho parece haber demasiados puestos vacantes online. A veces ni la implementación de métodos de eliminación puede reducir el caos provocado por la avalancha de puestos vacantes.

También hay que tener en cuenta que la mayoría de los sitios se limita a duplicar la misma información. Algunas empresas simplemente cogen listas de otras páginas Web y las incluyen en las suyas propias.

También hay muchísimos puestos vacantes que ya no existen, por la falta de actualización de algunas páginas.

→ **Buscadores** – son programas en Internet que buscan y localizan información online según los temas elegidos. Hay muchísimos programas de este estilo, pero los mejores se conectan con los demás buscadores para encontrar la información requerida. Normalmente el usuario introduce una o dos palabras en la casilla de búsqueda, el buscador tarda unos segundos en buscar y luego aparece la lista. La lista incluye páginas Web que contienen las palabras clave. El menú de ayuda que acompaña estos buscadores incluye información sobre la mejor forma de buscar.

Algunos buscadores permiten que se les mande el CV y luego encuentran posibles empresarios. En teoría es una idea brillante. No obstante, en la práctica el usuario debería tener en cuenta que es uno de los miles si no millones de personas sentadas detrás de su ordenador esperando que el trabajo de sus sueños

aparezca en pantalla. No se puede excluir esta posibilidad, aunque esto ya no se puede llamar búsqueda de trabajo, sino esperanza.

→ **Establecimiento de contactos** – es otra ventaja de Internet. Si al usuario le interesa una carrera o una empresa en particular, se puede apuntar a muchísimos grupos de noticias, listas de correo y foros que abarquen su campo de interés. De esta forma no se reciben sólo las noticias más recientes, sino que se pueden establecer contactos con otras personas interesadas en este campo.

Hay infinitas formas de recibir información, hablar con gente y pedir consejos. Las tres principales son las presentadas en el párrafo anterior; grupos de noticias, listas de correo y foros. Los grupos de noticias no proporcionan necesariamente información reciente. Hay una lista por cada sujeto imaginable y un grupo de personas suscritas a cada uno de estos grupos para expresar su opinión, compartir información, preguntar y crear una base de datos. Las últimas dos no necesitan explicación y su uso es bastante sencillo.

▪ *Cómo elegir la mejor página Web*

Existen “**criterios críticos**” para elegir la mejor página Web. Pensando en que hay miles y miles de páginas Web dedicadas a la búsqueda de trabajo hay que decir que no todas son buenas. El usuario ganará tiempo si elige la mejor página al principio. También recibirá menos correo basura, y su CV no lo perseguirá en el futuro como un fantasma.

Aquí se presenta una lista que puede ser útil a la hora de elegir la mejor página Web:

1. ¿Cobra la página por acceder a las oportunidades de trabajo? Raramente debería el usuario pagar por obtener acceso a los puestos de trabajo, en Internet o fuera de ella. En general, si la página requiere realizar algún ingreso, mejor cambiar de página. Algunas páginas para “ejecutivos” cobran, pero antes de pagar es mejor buscar alguna garantía escrita referente a la calidad (o exclusividad) de las oportunidades.

2. ¿Es necesario registrar el CV antes de empezar a buscar? Hay que tener cuidado con las páginas que no dejan buscar si no se registra el CV antes. Esto debería ser una clara señal de que la página no está seriamente interesada en ayudar al usuario a encontrar trabajo, especialmente si en la página tampoco aparece la política de seguridad que explica que harían con los datos. Cuando el usuario encuentre un sitio donde registrar su CV, es preferible que lo haga poniendo la menor cantidad de contactos posible.

3. ¿Es fácil utilizar la página? El usuario debería encontrar ofertas de trabajo con bastante facilidad – precisando el sitio y el tipo de trabajo (con palabras clave u otra forma de búsqueda). Las instrucciones deberían ser fáciles de seguir. Si el usuario no se siente capaz o a gusto con la página, no debería usarla, da igual lo “famosa” o recomendada que sea.

4. ¿Funciona bien la página (por ejemplo, posibilidad de buscar trabajo, etc.)? Por ejemplo, si el usuario está buscando trabajos en Londres, la página debería enseñarle todos los puestos disponibles en Londres, en caso de haberlos.

5. ¿Contiene la página los trabajos deseados – industria, profesión, empresario y ubicación? El nombre de la página revela mucho sobre su contenido. Normalmente las páginas permiten buscar por ubicación los puestos de trabajo y no suelen enumerar lugares a menos que tengan por lo menos un puesto vacante (¡también hay excepciones!). Algunas páginas ofrecen la posibilidad de buscar en listados de empresas.

6. ¿Los trabajos son “frescos” o viejos? Que el usuario empiece la búsqueda o examine las listas. ¿Los anuncios de trabajos indican las fechas? ¿Son fechas recientes? Es mejor desconfiar de los anuncios que no llevan fechas o si todos los puestos llevan las fechas de “hoy”. Es normal que un trabajo publicado hace una semana, un mes o incluso tres meses, esté todavía disponible y sea el trabajo buscado. Normalmente la sección donde se fijan precios pone hasta cuando están disponibles los puestos. Los puestos de trabajo suelen publicarse por un periodo de 30 hasta 60 días, a veces más tiempo – anuncios más viejos no suelen permanecer en vigor.

7. ¿Presenta la página una clara política de seguridad, que el usuario puede comprender sin problemas? Hay que explicar al usuario que es muy importante encontrar y leer bien la política de seguridad de la página, antes de suscribirse. La política debería revelar información sobre qué hacen con los datos recogidos.

8. ¿La mayoría de los anuncios son publicados directamente por las propias empresas o por agencias que actúan como sus representantes? En general es mejor considerar los trabajos ofrecidos directamente por las empresas porque el usuario tratará directamente con la gente que le contratará. Además, si la agencia manda el CV a la empresa, ese CV estará en desventaja en comparación con los que lo han mandado directamente. El aspirante que busca trabajo por agencia costará más a la empresa (por la fianza que paga la empresa), aunque el sueldo sea completamente igual en ambos casos. De este modo, siendo todo lo demás igual, es más probable que escojan al aspirante independiente antes que al que está buscando trabajo por la agencia. Por supuesto no es siempre posible hacer las cosas así, porque hay muchos empresarios que prefieren el anonimato o no tienen personal suficiente para manejar estos asuntos.

Resumiendo este capítulo, sería importante subrayar el hecho de que la búsqueda de trabajo es un elemento principal del proceso de consulta y apoyo al usuario para que encuentre el mejor trabajo posible. El orientador debe orientar al usuario proporcionándole fuentes de información apropiadas, ejemplos prácticos y teóricos y consejos. El usuario debe estar al corriente de las principales agencias, periódicos y páginas Web donde puede encontrar anuncios de puestos vacantes en su región. De esta forma el usuario podrá dar el siguiente paso en el proceso de incorporación al mundo laboral, objeto principal del capítulo siguiente – la solicitud.

Lista de buscadores útiles:

La lista de buscadores útiles en el ámbito del desarrollo profesional, educación y formación, páginas Web y otras informaciones relacionadas, se puede encontrar en el apartado de “FUENTES” en el Centro Virtual de Carreras Profesionales (www.careercenteronline.org).

Referencias:

www.collegerecruiter.com

www.myjobsearch.com

www.bradleycvs.co.uk

www.people-one.com

www.job-hunt.org

www.collegeview.com

www.collegegrad.com/jobsearch

La solicitud de trabajo

A menudo se suele decir que buscar trabajo es un verdadero trabajo. ¿Por qué? Al igual que cualquier trabajo, consume mucha energía y tiempo, y al igual que cualquier otra actividad, necesita la utilización de herramientas y estrategias apropiadas para resultar eficaz.

El usuario es consciente en este momento de su perfil en términos de motivación y aptitudes, ya que ha sido preparado para planificar una estrategia que le ayude a alcanzar resultados profesionales.

Las siguientes páginas representan un paso adelante en el proceso. ¿Qué se necesita para realizar este plan?

Este capítulo propone un plan con posibles formas de acceso al mercado laboral, enseña algunas técnicas para contactar con posibles empresarios y presenta características, instrucciones y consejos para escribir un CV eficaz (con atención especial al formato europeo) y una carta de presentación.

Como se ha visto en el capítulo anterior, los recursos de información difieren bastante unos de otros tanto en contenido como en formato.

Muchas vacantes, sin embargo, no aparecen nunca anunciadas en prensa u otro tipo de comunicación. En este caso, para motivar al usuario a que busque un nuevo empleo, es importante sugerirle la oportunidad de realizar un acercamiento directo a un empresario potencialmente interesado.

Contactar con un empresario directamente, antes incluso de conocer una posible oferta de empleo, puede mostrar interés y una actitud decidida para obtener ciertas posiciones específicas. Desafortunadamente este proceso puede ser bastante largo, consumiendo tiempo y energía y no siempre resultando satisfactorio. Para evitar frustraciones o falsas expectativas sería correcto informar al usuario sobre los pros y los contras de elegir este camino.

El primer paso, o mejor dicho prerequisite, es dirigirse directamente a un empresario que esté haciendo algún tipo de entrevistas para su compañía. Esto será muy útil a la hora de formular preguntas adecuadas y ofrecer una primera buena impresión.

Cuando el usuario haya comprendido la importancia de conocer a su interlocutor, el orientador debería mostrarle los diferentes medios de acercamiento al empresario.

En persona (comunicación cara a cara)

A la hora de decidir hacer una visita personal a un empresario que potencialmente pueda ofrecer un trabajo, es importante informar al usuario de que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- De alguna manera el primer impacto es visual, es importante aparecer limpio y vestido adecuadamente (más o menos formal de acuerdo con el lugar que el usuario está visitando).
- Pedir hablar con la persona encargada de realizar el contrato o circunstancialmente pedir ser presentado a la persona de contacto dentro de la compañía.
- Escuchar cuidadosamente lo que le sea dicho.
- Después de presentarse, preguntar sobre posibles vacantes u oportunidades para trabajar en la empresa.
- Escuchar con atención es un buen medio de aprender y entender las necesidades y expectativas del empresario.
- Estar preparado para ser entrevistado o presentar eventualmente un CV.
- Hacer algunas copias de los documentos más relevantes y si la empresa no tiene puestos vacantes por el momento pedir que se queden una copia para futuras oportunidades.
- Agradecer a la persona que ha atendido al usuario y mostrar agradecimiento por el tiempo dedicado.

Teléfono

No es raro pedir trabajo por teléfono o incluso que sea ofrecido por este medio. El primer caso sería una buena forma de responder a una demanda de empleo, fijar una entrevista y obtener una solicitud. En el segundo caso, puede suceder que el empresario busque unas competencias específicas por teléfono (idiomas por ejemplo) como test de preselección. En ambos casos, es importante informar al usuario sobre la necesidad de expresarse correctamente por teléfono.

- Si está usando un teléfono privado, el usuario debería encontrarse en una habitación en silencio sin que nadie pueda interrumpir la conversación; si está usando un teléfono público es importante encontrarse en un lugar en calma, tener suficiente dinero y arriesgarse a que la llamada se corte.
- Tener papel y lápiz de forma que se puedan tomar notas sin dejar el teléfono.
- Puede ser bueno tener una copia del CV y circunstancialmente un diario para anotar citas.
- En general es una buena idea señalar preguntas o cuestiones clave que se hagan durante la llamada.
- Haga al usuario considerar que realice la llamada en horario de trabajo, evitando almuerzos o descansos (lunes mañana y viernes tarde tampoco son buenas elecciones).
- El usuario debe presentarse de forma clara, diciendo su nombre y el propósito de la comunicación establecida.
- Si no hay oferta de trabajo por el momento, el usuario puede demandar otras posibles ofertas al empresario, enviar su CV o incluso pedir información acerca de posibles nuevas vacantes.

- Es importante mostrar una actitud positiva incluso en caso de que la respuesta sea negativa, no dejarse llevar fácilmente por la noticia y no insistir demasiado.

Algunas reglas que responden a un comportamiento que debería ser común, pero no por ello menos importantes, son las siguientes:

- No interrumpir nunca al empresario.
- Evitar fumar, beber o comer durante la llamada.
- Agradecer siempre al empresario o al comunicador el tiempo dedicado.
- Respetar lo que se diga durante la llamada, enviando un CV o una carta de agradecimiento.

Carta

Escribir a una empresa es probablemente una de las formas más comunes de acercamiento utilizadas por gente que busca trabajo. Puede ser el medio de responder a un anuncio o puede responder a una iniciativa libre. En ambos casos es recomendable hacerlo mediante la introducción de una carta de motivación.

Aconseje al usuario que una carta es con frecuencia útil a la hora de solicitar trabajo a compañías que tienen ramas nacionales o internacionales, de forma que llega a ser una forma de saber donde hay necesidades de trabajo.

Algunas sugerencias generales que deben ser señaladas son:

- Empezar siempre por un borrador.
- La carta debería ser siempre clara, concisa y expresar el propósito de la comunicación.
- La gramática y forma de expresión debería estar revisada.
- Evitar el uso de demasiadas fuentes y estilos.
- Incluir siempre la dirección completa donde se pueda ser contactado.

- La carta debería ser firmada personalmente.
- Escribir e imprimir en papel de buena calidad.
- Una buena carta es aquella que hace al usuario confiar en sí mismo.
- La carta debería siempre dirigirse a la ocupación solicitada.
- Mantener una copia de la carta enviada.
- Si se menciona algún dato adjunto, ¡no olvidar incluirlo!

E-mail

Muchas compañías o agencias de trabajo permiten actualmente enviar CVs o solicitudes por medio de Internet.

La composición del formulario se basa generalmente en reglas básicas que ilustren lo indicado en el apartado anterior. Sin embargo, el uso de los medios electrónicos impone algunas instrucciones que el usuario debería tener en cuenta:

- El texto debería ser transferible por medio de diferente software.
- Es importante ordenar el texto y la información mediante palabras clave porque el texto posteriormente es susceptible de ser almacenado por este tipo de palabras o campos.
- Si el documento es enviado vía electrónica es recomendable evitar hacer envíos masivos. El contacto con un empresario potencial tiene que ser hecho de forma exclusiva.
- Es recomendable enviar una copia como cuerpo del e-mail; los archivos adjuntos pueden crear problemas a la hora de visualizarlos.
- Mantener siempre una copia en el disco duro o impresa de la versión enviada.

Currículum Vitae (CV)

Por medio de este nombre se suele englobar a una serie de documentos (currículum vitae, currículum de estudios, currículum profesional, resumen) con el ánimo de hacer un resumen de nosotros mismos en temas como educación, formación y experiencia profesional.

Aunque ha habido muchos intentos de utilizar estándares comunes, no hay un formato universal reconocido.

En general un CV es un documento que contiene:

- Datos personales
- Habilidades / Resumen
- Educación y otras calificaciones
- Experiencia profesional

El propósito de un CV es

- Presentarse / describirse
- Exponer experiencia / conocimiento
- Resumir la información relevante
- Conseguir una entrevista de trabajo

El usuario debe conocer de la importancia de redactar un CV que responda a diferentes modelos.

Un modelo es una herramienta muy útil para mostrar lo que debería presentarse de uno mismo, cómo ordenarlo y cómo dar formato a esa información ilustrando las características más generales.

A pesar de su practicidad, los documentos estandarizados se encuentran muy limitados a la hora de mostrar las necesidades reales, tanto para demandantes como para ofertantes de empleo. Por este motivo, es importante recordar al usuario que lo que se muestra al

empresario es sólo el punto de partida y que necesitará una mayor elaboración para personalizarlo y enfocarlo a objetivos específicos.

Otro aspecto importante para los orientadores es el de indicar la elección apropiada a la hora de sugerir un modelo, teniendo en cuenta al usuario y el trabajo específico al que aspira.

Algunos formatos requieren un conocimiento específico o ciertas habilidades que deben ser indicadas personalmente, otras es mejor consultarlas a gente experimentada, profesionales, estudiantes,...

Los siguientes apartados proponen dos modelos: el primero es el CV Europeo y el segundo es el CV Estándar.

El CV Europeo

Durante el transcurso de los Consejos Europeos en Lisboa y Barcelona, se expresó la necesidad de tomar acción a la hora de posibilitar y facilitar a los ciudadanos europeos su acceso a formación y trabajo en Europa.

De hecho, aunque los ciudadanos europeos están legalmente autorizados para estudiar o trabajar en cualquier lugar dentro de la Unión, hay algunos obstáculos prácticos a la hora de que esta libertad sea efectiva. El reconocimiento, la transparencia y la transferencia de calificaciones se muestra en este sentido como un requisito básico y el CV Europeo es una de las herramientas creadas para facilitar este proceso (ver ECTS y Plan de Acción para Movilidad).

Se elaboró, junto con los gobiernos, empresarios y sindicatos, para ser utilizado de forma voluntaria tanto en papel como en versión electrónica, en el propio país de origen o en el extranjero.

Siendo el CV Europeo el producto de una estrategia mayor, es posible combinarlo con otros certificados (el suplemento para educación superior o formación vocacional, Europass) y servicios, en bases de datos utilizadas por empresarios y demandantes de empleo (EURES).

El CV Europeo es en términos generales una herramienta sencilla y lógica. Sin embargo, algunas partes, conceptos o expresiones pueden necesitar de ciertas explicaciones, siendo importante posibilitar que el usuario domine este formato de forma autónoma y con las competencias adecuadas.

Esta es la razón por la que esta sección incluye el formato, las instrucciones y un ejemplo. Todos estos documentos están disponibles online en 13 idiomas en www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp

CV Formato Europeo

http://www.cedefop.eu.int/download/transparency/cv_format_es.doc

Instrucciones Detalladas CV Formato Europeo

http://www.cedefop.eu.int/download/transparency/cv_instructions_es.pdf

Ejemplo CV Formato Europeo

http://www.cedefop.eu.int/download/transparency/cv_example_es.pdf

Se exponen a continuación algunas instrucciones para rellenar de manera más cómoda el CV Europeo:

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Bajo este título, se establece un listado separado para cada tipo de trabajo, empezando por los más recientes.

Nota:

- Por brevedad, añade aquella experiencia profesional que dé un valor añadido a su solicitud. No pase por alto aquella experiencia que pueda ser beneficiosa a pesar de que no esté directamente relacionada con el perfil del trabajo para el cual está realizando la solicitud (por ejemplo, tiempo pasado en el extranjero, trabajo en contacto directo con el público, etc.);
- Si está realizando la solicitud para un primer empleo, no olvide mencionar su formación (lugar), que evidencie un contacto inicial con el mundo laboral;
- Reproduzca la tabla (usando el comando "Copiar/Pegar" en el procesador de textos) tantas veces como sea necesario. Para borrar un encabezado, use los comandos en el menú "Tabla" del procesador de textos.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

Bajo este título, se establece una entrada por cada uno de los cursos completados, es decir, cada curso conlleva una calificación, empezando por el más reciente.

Nota:

- No hay necesidad de mostrar todas las calificaciones: no hace falta hablar de la escuela primaria si se tiene una graduación universitaria; incluya las calificaciones beneficiosas para el trabajo que está solicitando.
- Reproduzca la tabla (usando el comando "Copiar/Pegar" en el procesador de textos) tantas veces como sea necesario. Para borrar un encabezado, utilice el menú de comandos "Tabla" en el procesador de textos.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Aquellas adquiridas en el transcurso de la vida personal y profesional pero no necesariamente certificadas mediante diplomas.

Los encabezamientos permiten añadir la descripción de su experiencia laboral introduciendo las habilidades y competencias adquiridas a lo largo de su educación y formación (estudios formales) y en el transcurso de actividades libres u ocupacionales (estudios no formales).

Nota general: Borre aquellos encabezados donde no tenga nada relevante que decir.

LENGUA MATERNA

Introduzca aquí su lengua materna, por ejemplo, español.

OTROS IDIOMAS

Para cada idioma, indique su nivel (excelente, bueno, elemental):

- Excelente: tiene conocimientos de ese idioma que le permite comunicarse de forma efectiva (es capaz de comprender el lenguaje hablado y escrito y de hablarlo y escribirlo) en un contexto ocupacional internacional.
- Bueno: es capaz de a) comprender y formular mensajes relacionados con el trabajo (llamadas telefónicas, comunicados escritos, etc.) utilizando un diccionario en caso de ser necesario; b) tomar parte en diálogos generales, utilizando una sintaxis simple, expresándose y opinando; y c) manejarse en situaciones diarias que se puedan dar en visitas ocasionales a los países donde se hablen dichos idiomas.
- Elemental: es capaz de expresarse de forma básica (por ejemplo mensajes, notas o instrucciones); formular mensajes escritos sencillos, y de defenderse de forma elemental en situaciones lingüísticas.

Reproduzca la tabla (usando el comando "Copiar/Pegar" en el procesador de textos) tantas veces como sea necesario. Para borrar un encabezado, use los comandos en el menú "Tabla" en el procesador de textos.

Nota:

- Si tiene un certificado que testifique sus competencias (como TOEIC - Test de Inglés para Comunicación Internacional), indique su nivel y la fecha en la que obtuvo tal resultado.
- No sobrestime su nivel, porque puede ser comprobado en posibles entrevistas.

El CV Estándar

Un CV típico estándar de dos páginas contiene las secciones siguientes:

- a) ENCABEZAMIENTO: se indica claramente el nombre y la dirección completa de la persona.

Es muy recomendable resaltar el nombre en el CV, utilizando un tamaño mayor para que tenga un impacto visual sobre el receptor.

DETALLES PERSONALES: esta parte incluye nombre completo, dirección, teléfonos fijo y móvil y e-mail. Siempre se indica la dirección completa, especificando límites temporales y/o dónde y cuándo ser contactado.

No hay un acuerdo internacional que indique la inclusión de determinados ítems. Para muchos países/culturas, puede resultar discriminatorio especificar nacionalidad, estado social, etnia, religión y/o afiliación política, compleción, etc. Sin embargo hay ciertos detalles que podrían resultar relevantes a la hora de solicitar determinados trabajos (por ejemplo puede ser importante comunicar la altura para azafatas o no ser fumador para enfermería).

- b) **RESUMEN PROFESIONAL:** deberían siempre indicarse las principales referencias junto con sus fechas, compañías, localización, nombre del puesto, logros obtenidos, actividad realizada y certificados. Esta sección debería mostrar toda la información relevante y toda la experiencia profesional anterior. Debería mostrarse de forma breve y precisa. No deberían mencionarse algunos detalles tales como salario, razones por las cuales se abandonó dichos trabajos, etc. Al mismo tiempo, el resumen debería siempre mostrar información relevante y omitir aquella que no añada ningún valor extra al CV.
- c) **FORMACIÓN:** como el anterior, la experiencia en formación debería ser indicada señalando fechas, lugares, instituciones y calificaciones obtenidas. No incluya cursos o partes que no sean relevantes o que muestren una interrupción de los mismos, abandonos y cosas así. No deberían mostrarse cursos demasiado cortos (por ejemplo de medio día) o participaciones en mítines.
- d) **EDUCACIÓN:** esta sección incluye los pasos más relevantes en su historia educativa. Los empresarios suelen apreciar una buena educación de forma que es importante resaltar qué se ha estudiado y dónde se ha estudiado. Haga una lista con los principales logros obtenidos indicando fechas, lugares, instituciones y calificaciones. Preséntelos en orden cronológico inverso, evitando indicar sus primeras calificaciones. Si a la hora de realizar el CV se han comenzado o retomado algunos cursos es importante mencionarlo en esta sección; bajo condiciones específicas muestra una motivación en seguir aprendiendo y mejorando.
- e) **REFERENCIAS:** a la hora de mencionar una referencia es de una relevancia básica informar a las personas que se citen y de obtener su beneplácito. Con frecuencia es mejor no mencionar la identidad de dichas referencias en el CV,

siendo suficiente con sustituir sus nombres con la expresión "referencias disponibles en caso de ser necesario". En este caso será el empresario el que pida más detalles si los necesita. El manejo de referencias es algo totalmente personal por parte del cliente, quien debería ser capaz de contactar con ellas previamente, informarles sobre la compañía, el puesto solicitado y otros detalles de importancia.

- f) OTRA INFORMACIÓN: cualquier otra información que pudiera ser relevante (licencias, certificados, hobbies, intereses, etc.)
- g) AUTORIZACIÓN PARA PROTECCIÓN DE DATOS (POLÍTICA DE PRIVACIDAD): muchos países protegen actualmente datos personales de usos no autorizados. A tal efecto, puede ser necesario autorizar permisos para utilizar los datos suministrados.

-
- NOMBRE y APELLIDOS del usuario.
 - **PUESTO SOLICITADO**

Curriculum Vitae

Nombre:

Apellidos:

Ciudad, País:

Dirección: [dirección familiar, dirección correo electrónico]

Resumen profesional: [trabajo actual y anteriores. Incluir fechas, puestos y tareas]

Calificaciones: [académicas y profesionales]

Formación vocacional: [formación especial (práctica y/o académica)]

Otra educación: [cursos universitarios, cursos para adultos]

Información adicional: [relacionada con el puesto solicitado, experiencias personales y habilidades adicionales]

Referencias: Disponibles en caso de ser solicitadas.

Ejemplo CV Estándar:

Nombre: Carmen

Apellidos: Crespo Díaz

Dirección: Avenida de los Pirineos 42, 3ºB. 18012 Madrid - ESPAÑA

Teléfonos de contacto: 911111111- 65622222

E-mail: c.abogada03@mailcity.com

Resumen profesional:

Verano 2000 **Tucoche.com**. Portal especializado en la venta de coches y accesorios.

Plantilla 25 personas. Departamento Jurídico:

- Análisis de condiciones de contratos de portales similares
- Elaboración de propuesta de contrato-tipo para clientes de tucoche.com
- Presentación del contrato ante la dirección y los accionistas extranjeros
- Participación en las negociaciones con proveedores
- Colaboración en el desarrollo de nuevas páginas de la web de tucoche.com

Verano 1999 **Diseño de la página web del Colegio Alemán Mary Ward:**

www.maryward.es

- Presentación de la idea, objetivos y ventajas a la dirección
- Negociación con el cliente de condiciones económicas y calendario
- Desarrollo de la web -en español, alemán e inglés- con el editor Front Page
- Subcontratación de parte del proceso, 2 personas
- Atención al equipo nombrado por el cliente para el seguimiento del proyecto
- Formación de los miembros del equipo para el mantenimiento de la web

Calificaciones:

2001-2002 **INSTITUTO SUPERIOR DE INTERNET.**

Master en Derecho Electrónico

2000-2001 **STRATHCLYDE UNIVERSITY.**

Reino Unido, Beca Erasmus 2º semestre

1996-2001 **UNIVERSIDAD DE ÁVILA.**

Licenciada en Derecho

1993-1996 **COLEGIO ALEMÁN MARY WARD**, Bachillerato y COU

Idiomas:

Alemán: Bilingüe (Sprachdiplom)

Inglés: Muy bien (Proficiency)

Francés: Regular (1º de la Escuela Oficial de Idiomas)

Información adicional

Conocimientos informáticos: Windows, Word, Excel, Power Point, Access, Internet, HTML, Java, Front Page.

Referencias:

Disponibles en caso de ser solicitadas.

La Carta de motivación

Se ha definido el CV como una presentación lógica de los conocimientos, destrezas y experiencia profesional del usuario. La carta de motivación se basa en mostrar los requisitos particulares necesarios para un trabajo. Repite por supuesto algunos de los detalles contenidos en el CV, pero debería mostrarlos de acuerdo con el contexto específico al que la carta se dirige. El propósito de una carta de motivación es predisponer al lector del CV (el empresario potencial), para que permita una oportunidad de mostrar las destrezas y experiencias del usuario así como su motivación personal.

Resumiendo: la carta dice que se quiere solicitar un trabajo y las razones por las que se quiere.

Se utiliza normalmente como una herramienta para solicitar un trabajo. Raramente se hace sola y frecuentemente - si no siempre - presenta un CV o un resumen. Puede escribirse como respuesta a un anuncio o como iniciativa personal.

Si se dan ciertas instrucciones, deben seguirse cuidadosamente. Pueden contener detalles sobre los siguientes aspectos:

- Mecanografía.
- Título de la persona a la que se dirige.
- Nombre del puesto solicitado.

- Número de copias requeridas.
- Persona a la que dirigir el sobre.

Acerca del contenido, la carta debería indicar la razón por la que se cree estar capacitado para dicho trabajo, enfatizando las cualidades más relevantes para la realización del mismo. A la hora de realizar la conclusión es necesario mencionar que se adjunta un CV o resumen y que se agradecería que se concediera la oportunidad de realizar una entrevista.

Es importante recordar al usuario que el propósito de la carta de motivación y del CV no es conseguir el trabajo, sino contactar para conseguirlo. Esta es la razón por la que debería ser escrita de forma positiva, confiando en uno mismo y dando la impresión de tener buenos deseos y la motivación necesaria para la realización del trabajo solicitado.

La carta tiene que ser:

- gramaticalmente correcta.
- formalmente educada.
- incluir el nombre y la dirección del solicitante.
- firmada personalmente.
- impresa en A4, blanco, en papel de buena calidad.
- precisa y completa.
- ordenada.

Una estructura estándar para una carta de motivación debería contener los siguientes ítems:

- NOMBRE COMPLETO Y DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE
- LUGAR Y FECHA
- COMPAÑÍA Y PERSONA A LA QUE SE DIRIGE
- PUESTO SOLICITADO
- TEXTO
- CONCLUSIÓN
- FIRMA

Ejemplo carta de motivación 1:

José María Peláez
C/ Sol 5
11401 Jerez
Tel. (956) 123456

Jerez, 30 de enero de 2000

Talleres El Rápido
C/ Ferrocarril
11401

Estimado Señor:

Acabo de terminar mis estudios de Formación Profesional en la especialidad de chapa y pintura, y durante mi formación académica he realizado varios periodos de prácticas en la propia Escuela.

Si su empresa tiene la necesidad de un profesional joven, formado, con mucha motivación y ganas de trabajar, creo que mi candidatura puede serles de interés: como pueden comprobar en mi Curriculum, he realizado prácticas en diversos talleres, y poseo una sólida experiencia en el campo del motor diesel.

Espero poder concertar una entrevista con ustedes para exponerles con mayor profundidad mis conocimientos y capacidad de trabajo.

Atentamente le saluda

José María Peláez

Ejemplo carta de motivación 2:

José Ros
C/ Cortés, 1, ZARAGOZA
Tel: 976- 123165796

Zaragoza, 10 de marzo de 2001.

Sr. D. Emilio Sánchez
Director de Administración BETA,S.A.
Polígono Gamma
569841 ZARAGOZA.

Estimado señor Sánchez,

Recientemente he conseguido la Licenciatura en Ciencias Económicas en la Universidad de Barcelona y estoy interesado en trabajar en la Administración de una empresa en Zaragoza; poseo los conocimientos teóricos de las leyes económicas y tengo un gran interés por la gestión administrativa y financiera de una holding comercial.

He tenido ocasión de leer en la prensa la reciente fusión de su empresa con el grupo RAMA y deseo presentarle mi candidatura por si Uds. han previsto reforzar su departamento financiero.

Le agradecería me concediera una entrevista en el curso de..... en la cual me agradaría presentarle mi currículum.

En espera de su respuesta, le saluda atentamente,

José Ros

La entrevista de trabajo

El objetivo de este capítulo es presentar material para los orientadores que les permita guiar de forma eficaz a aquellos usuarios que han obtenido una entrevista de trabajo. En las siguientes páginas se presentan diferentes tipos de entrevistas y consejos para mejorar las posibilidades del usuario. La atención principal se dirige a la preparación del usuario para la entrevista estudiando ambas partes participantes. Como herramienta práctica para el orientador se presenta en este capítulo una lista con las preguntas más frecuentemente realizadas por los usuarios.

La palabra entrevista procede de la palabra francesa “entrevue” que se utilizó en el siglo 15 para describir los encuentros ceremoniales. En el nuevo milenio, la entrevista ya no es considerada como una ceremonia, aunque todavía sí lo sea para alguna gente. Si un solicitante es invitado a realizar una entrevista, el empresario obviamente ha tenido en cuenta su solicitud. Esto significa que está dentro del 15% de los mejores solicitantes. El solicitante debería sentirse por tanto seguro, ya que su solicitud ha sugerido a la otra persona que puede ser válido para el puesto. El empresario quiere por tanto descubrir más acerca del candidato. El candidato debería considerar la entrevista como la oportunidad que muestre y marque cuáles son sus expectativas.

El punto de vista del empresario

Aunque hay evidencias probadas que muestran que las entrevistas son un indicador adecuado para la elección de candidatos a un puesto de trabajo, de alguna forma la entrevista es una etapa más a la hora de conseguir un empleo. Así que en primer lugar puede ayudar el hecho de enfocar la entrevista desde el punto de vista del empresario.

La primera entrevista se diseña para permitir considerar si el solicitante responde de forma adecuada a la demanda de trabajo y para valorarlo con respecto a otros aspirantes. El seleccionador mirará más allá de las evidencias, que ya se presentan en la solicitud escrita, y explorará el trasfondo del solicitante con mayor profundidad.

La entrevista se centra a grandes rasgos en las siguientes características del solicitante:

- cualidades intelectuales.
- tipo de persona.
- valoración real del puesto de trabajo por parte del solicitante.
- valoración de destrezas y habilidades en relación al puesto de trabajo.

No hay un secreto general sobre la lista de criterios de selección que utiliza un empresario. Tales especificaciones pueden variar pero todos los empresarios estarán interesados en el entusiasmo del solicitante y su compromiso con el trabajo así como en su forma de demostrarlos. Ciertas destrezas serán muy relevantes en el proceso de selección, tales como:

- Comunicación efectiva – ¿puede expresarse de forma clara el solicitante tanto por hablado como por escrito?
- Trabajo en equipo - ¿cómo establece el solicitante relaciones con otros?
- Dirección de personal - ¿puede organizar a otros para conseguir unos objetivos?
- Habilidades analíticas y conceptuales - ¿puede tener una visión global y tomar decisiones teniendo en cuenta hechos y datos?
- Dirección de equipo - ¿puede planear el trabajo, establecer prioridades y lograr objetivos de forma efectiva?

Capacidades más importantes

Es importante para el solicitante conocer sus cualidades, examinar sus debilidades, y pensar en qué puede hacer para mejorar tal situación. ¡Ningún empresario espera cualidades sobre humanas! Es siempre importante un deseo de formarse y aprender. El seleccionador, sin embargo, espera que el solicitante haya analizado cuáles son las cualidades requeridas para el trabajo para el que realiza la solicitud. Estas áreas serán exploradas en profundidad a lo largo de la entrevista.

En una encuesta reciente, los empresarios han establecido un rango de habilidades a la hora de seleccionar entre los solicitantes presentados:

1. Deseo de aprender.
2. Compromiso.
3. Fiabilidad.
4. Automotivación.
5. Trabajo en equipo.
6. Buena comunicación oral.
7. Cooperación y flexibilidad.
8. Conocimientos gramaticales (claridad y concisión).
9. Energía.
10. Autodirección.
11. Deseo de mejorar.
12. Capacidad de resolución de problemas.

LOS DIFERENTES TIPOS DE ENTREVISTA

La entrevista cronológica

Es el tipo de entrevista tradicional, basada sobre todo en la solicitud escrita. Es predecible e incluye cuestiones como: “*¿Qué le ha llevado a estudiar económicas en la Universidad? ¿Por qué está usted interesado en dirección de personal? ¿Cómo ve usted su desarrollo profesional dentro de nuestra organización?*”.

La entrevista basada en la competencia

Muchos empresarios han empezado a utilizar una entrevista estructurada basada en ciertos criterios para asegurar una selección más objetiva de los solicitantes. Se han decidido por establecer un criterio de selección basado en el trabajo, y preguntan a todos los candidatos el mismo tipo de preguntas que muestren de forma evidente si dicho solicitante tiene o no las cualidades requeridas para el desarrollo de ese puesto. Los solicitantes son valorados mediante escalas de valores, de acuerdo a la valía demostrada.

La teoría es que cualidades anteriores pueden ser utilizadas para predecir la eficacia del solicitante en el futuro dentro del trabajo elegido.

La entrevista basada en la competencia demanda y requiere un pensamiento cuidadoso. Por ejemplo, si el trabajo requiere “*trabajar en equipo para conseguir unos objetivos*”, las preguntas serán del tipo:

- dígame una ocasión donde haya trabajado con éxito dentro de un equipo.
- ¿cuál fue su contribución personal?
- ¿convenció a los otros de su punto de vista?, ¿cómo los persuadió?
- ¿encontró dificultades?, ¿cómo trató con ellas?
- ¿terminó satisfecho?, ¿fue satisfactorio?, ¿qué cambiaría para conseguir que fuese incluso más satisfactorio en una próxima ocasión?

En este tipo de entrevista, las preguntas están más detalladas que en la entrevista tradicional, el solicitante necesitará evidencias, estableciendo rangos desde conocimientos generales hasta otros más específicos. Es como si el entrevistador intentara cambiar las opiniones del solicitante de la forma que va formulando las preguntas. Es aconsejable preparar ciertos ejemplos de diferentes actividades que ilustren cada criterio.

La entrevista telefónica

Un pequeño número de organizaciones realizan entrevistas telefónicas como primera etapa de selección. Pueden variar desde un chequeo básico para ver si el candidato es válido según los criterios de selección, hasta una entrevista más seria.

La mayoría de los entrevistados encuentran el proceso desconcertante porque las pistas visuales no existen, así que es difícil averiguar cómo se está desarrollando todo. El mejor modo de encarar este tipo de entrevistas es relajarse y actuar como en una entrevista personal, cara a cara. Es importante mostrar tanto entusiasmo como sea posible, porque el entrevistador sólo tendrá la voz como referente.

LA ENTREVISTA COMO UN PROCESO

Los empresarios ya no consideran las entrevistas como un elemento aislado ni como el mejor medio para comprobar las destrezas necesarias para un trabajo en particular. Las primeras entrevistas se usan con frecuencia como un proceso de chequeo y después se

empieza una segunda etapa. El formato de esta etapa puede variar pero normalmente engloba una combinación de ejercicios, tales como toma de decisiones dentro de grupos de diálogo, test psicotécnicos, presentaciones y una segunda entrevista. Las técnicas de observación utilizadas permiten al empresario obtener una imagen más amplia y adecuada de las cualidades y debilidades del candidato.

Las segundas entrevistas

Se espera del solicitante que conozca mucho más sobre la organización y las preguntas serán más profundas y más técnicas. Ayudará saber quién va a realizar la entrevista. Los directores de RRHH tienden a interesarse por las aspiraciones del solicitante y sus objetivos a largo plazo, mientras que otros prefieren saber lo que quiere el solicitante en el momento actual.

Test psicotécnicos

Son tests de capacidad y de aptitud utilizados por los empresarios con propósitos de selección. Los tests psicotécnicos están estandarizados y muestran respuestas a las preguntas realizadas que son valoradas científicamente para asegurar que miden lo que tienen que medir. Son usados por las organizaciones en diferentes etapas de selección. El solicitante puede tener que completar un test o una serie de ellos antes incluso de realizar una entrevista, o puede tener que hacerlos como parte final de un proceso de valoración. Hay muchos tipos de tests psicotécnicos en el mercado, pero aquellos más utilizados se componen de tests de razonamiento verbal y numérico y algunas veces de razonamiento lógico.

Tests de personalidad

Se puede pedir a un solicitante que rellene unos campos de acuerdo con un rango de valores. No hay respuestas verdaderas o falsas.

Los cuestionarios de personalidad hacen muchas preguntas sobre cómo actúa el solicitante (o cómo puede actuar) en determinadas situaciones. Intentan establecer un

estilo de comportamiento preferente, para asegurar que no habrá conflictos frente a las necesidades del trabajo solicitado.

No hay preparación para este tipo de tests, simplemente se debe contestar aquello que se piensa.

Grupo de diálogo

Los observadores valoran a los candidatos por la forma de contribuir dentro del grupo, la forma en que reaccionan y la forma de expresarse. Los candidatos que impresionan son aquellos que dan ideas, persuaden a los otros para adoptar ideas, construyen las ideas, mantienen el grupo unido frente al objetivo e incluyen a otros usuarios en la conversación. Los candidatos que no obtienen una buena puntuación son aquellos que no hablan, que no escuchan, que quieren ser el centro de atención, que excluyen a otros, que interrumpen, y que establecen ideas que se alejan del objetivo.

Trabajo en equipo

Se puede ofrecer a un pequeño grupo de candidatos algunos materiales básicos sobre los que serán preguntados. La forma en la que cada uno de ellos es capaz de colaborar en equipo para resolver el problema es más importante que la solución. Un candidato que sugiere un plan de trabajo antes de comenzar a trabajar, muestra destrezas relevantes y establece un tiempo para desarrollar el trabajo, impresionará a los observadores.

Presentación

Se puede dar un tema al usuario o se le puede dejar elegir uno apropiado para exponer en público a los demás usuarios. Es muy importante saber antes qué público escuchará la charla para preparar un nivel adecuado. A los usuarios se les recomienda ensayar con amigos para practicar y recibir un feedback.

ALGUNOS CONSEJOS PARA MEJORAR LAS POSIBILIDADES DEL USUARIO

Preparación

Una buena preparación aumentará la confianza, el control y la habilidad del usuario para tratar de manera eficaz cualquier pregunta que le pueda hacer el público. A los usuarios se les debería dar los siguientes consejos:

Su oferta – estudiar bien la solicitud y pensar de qué forma se quiere enfocar la información durante la entrevista. Tener en cuenta que la solicitud debería corresponderse con la información que daría en una posible entrevista. Preparar preguntas – esto le dará la oportunidad de enseñar que está de verdad muy interesado en el trabajo – cómo está estructurada la empresa, qué objetivos tiene, cuál sería su tarea, qué posibilidades de desarrollo profesional tendría y qué formación recibiría.

Pensar en las propias destrezas. ¿Qué evidencia presentará al empresario para convencerle de que sus habilidades analíticas, organizativas, de comunicación, etc., son reales? Preparar muchísimos ejemplos, preferiblemente de su vida real, donde ejercía estas destrezas. Subrayar habilidades personales, cualidades, conocimientos, motivación y experiencias técnicas que coincidan con las especificaciones de trabajo demandadas por la empresa. Cuidado a la hora de presentar las experiencias más negativas y centrarse en qué beneficios extrajo de ellas.

Preparar una pequeña imagen, que puede utilizar en la entrevista, de las circunstancias en las que ha trabajado, el trabajo que ha hecho y los resultados que ha obtenido. Este ejemplo podría apoyar su afirmación sobre las aptitudes de pensar de forma analítica y creativa, de organizar su tiempo de forma eficaz y de trabajar hasta alcanzar el objetivo.

La empresa: prepararse bien analizando la empresa. Leer con cuidado toda la información posible sobre la empresa – folleto de contratación, informe anual, especificaciones de personal. Ver el vídeo publicitario de la empresa (en caso de que exista) y navegar por sus páginas Web. Leer periódicos y revistas importantes para acceder a la información relevante sobre el campo de trabajo de la empresa. Estar al corriente de los eventos recientes que influyen en el funcionamiento de la empresa. Encontrar características que la separan de otras empresas.

El trabajo: investigar para tener una perspectiva del puesto de trabajo solicitado. ¿Conoce las cualidades requeridas y el papel que tendrá que desarrollar? Descubrir la mayor información posible sobre las funciones del trabajo. Enterarse de habilidades, experiencias y conocimientos requeridos y preparar su presentación y demostración con ejemplos.

Preguntas

Tener especialmente cuidado con las preguntas. Que el usuario considere lo siguiente:

Si se siente nervioso mejor prepárese las preguntas que le pueden surgir durante la entrevista - ¿Por qué esta empresa?"; “¿Qué puede ofrecer a este trabajo?"; “¿Qué le gustó/disgustó en el trabajo o estudio anterior?";

Entrada brillante y pensamiento positivo

Es muy importante pensar en la entrada de la entrevista. Asegurarse de hacer una entrada brillante. La primera impresión cuenta mucho. Practicar con un amigo o frente al espejo.

Entrar pensando de forma positiva:

Soy muy bueno en.....

Tengo mucho éxito en.....

Me encantaron mis éxitos en.....

Prepararse para el final de la entrevista y el inevitable: “¿Tiene alguna pregunta?”. Utilizar este espacio para obtener información que podría influir en su decisión a la hora de aceptar o rechazar el trabajo. Las preguntas muy detalladas no son apropiadas.

Ropa para una entrevista con éxito

No olvidar mencionar la importancia de los vestidos a la hora de la entrevista. Considerar lo siguiente:

Mujeres y hombres

- Traje conservador de etiqueta de dos piezas (lo mejor es azul oscuro o gris).
- Camisa/blusa conservadora con manga larga (lo mejor es blanca o colores pastel).
- Zapatos limpios.
- Peinado acicalado.
- Uñas limpias y cortadas.
- Mínimo de colonia o perfume.
- Bolsillos vacíos – evitando el sonido de las llaves o monedas.
- Sin chicle o cigarrillos.
- Maletín ligero o portafolio.
- Ningún piercing visible (anillos en nariz o ceja).

Mujer

- Traje con chaqueta; no vestido.
- Zapatos con tacones conservadores.
- Medias conservadoras color piel o parecido.
- No bolsos de mujer; maletín.
- En caso de llevar uñas pintadas (no es un requisito), de color conservador.
- Maquillaje mínimo (no se debería notar demasiado).
- Un anillo por mano sólo.
- Un juego de pendientes sólo.

Hombre

- Corbata de seda, color conservador.

- Zapatos oscuros (negros con cordones son lo mejor).
- Calcetines oscuros (lo mejor negros).
- Pelo arreglado (lo mejor es peinado corto).
- Mejor no tener bigote, en caso de tener bigote, llevarlo bien arreglado.
- Ningún otro anillo distinto de la alianza.
- No pendientes (si normalmente lleva, quíteselo).

Preparación para la comunicación no verbal

Es muy importante tener en cuenta que la conversación es más de lo que se dice. En la mayoría de los casos es mucho más importante la comunicación no verbal en las entrevistas. A continuación se presentan las cinco formas más importantes de comunicación no verbal, clasificadas por importancia:

- **Mantener la vista** - ¡Es muy importante! Mirar a otro lado escuchando muestra falta de interés y poca atención. No poder mantener la vista hablando puede mostrar poca confianza y en el peor de los casos puede comunicar el mensaje de que lo que se dice es mentira. Preguntar a los amigos si algunas veces no fija la vista durante las conversaciones. Si dicen que sí, preguntar si era mientras hablaba o mientras escuchaba. Hay personas que mantienen un excelente contacto visual escuchando y lo pierden hablando, o al revés.
- **Expresión facial** – algunos entrevistadores dicen que existen personas que no se dan cuenta de la expresión hosca, confusa o histérica que tienen durante las entrevistas. Observarse bien en el espejo. Fijarse como los demás le miran. Después cambiar su expresión facial – antes se eliminará cualquiera de las características negativas y luego se agregará una expresión que casi todo entrevistado olvida – una sonrisa. No una especie de sonrisa tonta, sino una sonrisa abierta, que dirá que usted es una persona feliz y que está encantado de presentarse a la entrevista con esa empresa ese mismo día. No hay que mantener esa sonrisa durante la entrevista entera, pero no olvide de volver de vez en cuando a ella.

- **Postura** – la postura da pistas sobre su auto-confianza y su poder potencial. Hay que ponerse derecho, sentarse en la parte delantera del asiento inclinado hacia delante.
- **Gestos** – los gestos deberían ser limitados durante la entrevista. No utilizar gestos artificiales porque parecerán una escena de teatro. En caso de utilizarlos, tienen que surgir espontáneos y tener sentido.
- **Espacio** – respetar su espacio personal y el de los demás. Prepararse a no retroceder si el espacio personal del entrevistador es más pequeño que el suyo.

Lenguaje corporal

Todo el mundo utiliza un lenguaje corporal durante la entrevista (siendo o no consciente de ello), pero pocos lo consideran con antelación para modificarlo y sacar un mejor efecto. El lenguaje corporal es una parte pequeña de pistas no verbales que comunicamos a los demás. A continuación se presentan las típicas interpretaciones de algunas pistas que ofrece el lenguaje corporal:

- **Franqueza y cordialidad:** sonrisas abiertas, manos abiertas con las palmas visibles, desabrocharse tras sentarse.
- **Confianza:** inclinarse hacia delante en el asiento, cabeza en alto, juntar las huellas de los dedos en la posición de “rezar”, manos juntas detrás de la espalda estando de pie.
- **Estar nervioso:** fumar, silbar, pellizcarse la piel, moverse, mover el contenido de los bolsillos, pasarse la lengua por los dientes, limpiarse la garganta, tocarse o cubrirse la cara, tirarse de la piel u orejas, pasarse los dedos por el cabello, reforzarse las manos, morder bolígrafos u otros objetos, cruzar los brazos, comerse las uñas, chascar la lengua.
- **Poca confianza/defensivo:** mirar con el ceño fruncido, entrecerrar los ojos, sonreír con labios cerrados, manos cruzadas en el pecho, moverse hacia atrás, cabeza baja, tocarse la nariz o cara, abrir y cerrar los ojos, mirar hacia abajo hablando, puños

cerrados, gestos con puños, señalar con los dedos, chocar una mano contra la palma de la otra, frotarse la espalda o el cuello, juntar las manos detrás de la cabeza inclinándose hacia atrás en el asiento.

El objetivo de esta lista no es que el usuario adopte artificialmente un lenguaje corporal positivo. Es más importante individualizar las huellas del lenguaje negativo. Si el usuario reconoce cualquiera de sus comportamientos negativos, que los elimine de su modelo de comportamiento antes de enviar mensajes negativos a los demás. Que se centre en borrarlos ahora para no pensar en esto durante la entrevista.

Es muy importante también observar el lenguaje corporal de los entrevistadores. Esto no significa obsesionarse con su comportamiento. Que no intente encontrar más de lo que se está comunicando, sino que desarrolle un sentido de qué impresión ha ofrecido. La señal más obvia es la conexión de las sonrisas – cuando la sonrisa de uno provoca la sonrisa del otro. Que haga lo mejor para estar conectado con el entrevistador – de forma verbal y no verbal.

Los tres pasos en el proceso de la entrevista

Es muy importante explicar al usuario los tres pasos principales del proceso de la entrevista:

1. Establecimiento de la relación.
2. Recogida de información.
3. Conclusión.

Es muy importante entender estos pasos porque conducen a una entrevista eficaz. Cada paso se enfoca de forma diferente y conlleva su propio protocolo y requisitos. Una buena conclusión de cada uno de estos pasos influye en el procedimiento del siguiente paso del proceso – otra entrevista o una oferta de trabajo.

Durante el **establecimiento de la relación** se forman las primeras impresiones. Algunos empresarios deciden contratar o no a los solicitantes durante los primeros 30 segundos

de la entrevista. Este paso se centra en la aparición física del solicitante y sus respuestas iniciales. Los entrevistadores analizan la articulación verbal y el vocabulario del entrevistado, su actitud positiva y confianza.

Durante la **recogida de información** el empresario realiza preguntas y respuestas según su criterio de factores de éxito. Algunas preguntas son de tipo cerrado, otras abiertas analizando el comportamiento del entrevistado, como por ejemplo: “¿Me puede dar un ejemplo de...?”. Aunque la preparación es muy importante, la sinceridad y honestidad del solicitante deberían ser evidentes.

En la **conclusión** de la entrevista el entrevistador prepara un enlace con el paso siguiente. Si el solicitante ha tenido éxito la entrevista se centrará en la presentación de la empresa y los siguientes pasos en el proceso de contratación. Si el solicitante ha fallado, la entrevista se centrará en fútbol, meteorología u otra cosa con poca importancia. Si la entrevista ha tenido éxito, normalmente se explican al solicitante los pasos siguientes. Se le puede proporcionar información adicional sobre la empresa. Si la entrevista ha sido mala, el solicitante debería esperar frases como: “Tenemos que revisar las demás solicitudes y ya le llamaremos.”

Entender estos pasos es el punto de partida. El usuario tiene que estar plenamente preparado para estilos de personalidades diversos, entrevistas y preguntas diferentes.

La técnica de enseñar y hablar

Proporcionar al usuario la siguiente información:

El usuario puede traer consigo a la entrevista copias de su trabajo o ejemplos concretos de sus habilidades. Que utilice informes, proyectos, fotos, programas u otra cosa que pueda proporcionar un ejemplo de lo que haya hecho en el pasado. Una cosa es decir “he desarrollado un proyecto” y otra completamente diferente enseñar ese proyecto.

El usuario debería prepararse no sólo a “enseñar” dichos ejemplos sino también a “explicarlos”. Que esté preparado para contestar todas las posibles preguntas que puedan surgir. No debería tratarse de un ejemplo casual – debería ser un ejemplo de su mejor trabajo. Será una muestra de lo que son sus habilidades.

En caso de que sea posible, el usuario debería pensar en dejar sus ejemplos en la empresa, porque a menudo no hay suficiente tiempo durante la entrevista. Esto también ayuda a mantener el contacto con la empresa en el futuro.

Ocho tipos de preguntas a realizar en una entrevista

La entrevista es una forma de comunicación humana concebida para incrementar la validez de predicción de la potencial relación entre el empresario y el empleado.

Básicamente existen ocho tipos de preguntas que se pueden realizar en una entrevista:

1. Preguntas de verificación de credenciales

Este tipo de preguntas incluye: “¿Cuánto tiempo estuvo en...?”. Su objetivo es medir de forma objetiva los rasgos del perfil del solicitante.

2. Preguntas de verificación de experiencia

Este tipo de preguntas incluye: “¿Qué aprendió estudiando...?” y “¿Cuáles eran sus responsabilidades en esa posición?”. Su objetivo es averiguar la experiencia del solicitante.

3. Preguntas de opinión

Este tipo de preguntas incluye “¿Qué haría usted en esta situación?” y “¿Cuáles son sus virtudes y debilidades?”. Su objetivo es analizar de forma subjetiva cómo respondería el solicitante ante diferentes situaciones.

4. Preguntas tontas

Este tipo de preguntas incluye preguntas raras como: “¿Qué animal le gustaría ser?”. Su objetivo es averiguar la capacidad del solicitante para generar pensamientos originales y no sólo respuestas a preguntas programadas.

5. Preguntas de matemáticas

Estas son preguntas como: “¿Cuánto es 1000 dividido por 73?”. Su objetivo es evaluar no solamente la capacidad de cálculo, sino la habilidad creativa del solicitante para formular la expresión matemática que genere una respuesta.

6. Preguntas de casos

Este tipo de preguntas incluye preguntas de solución de problemas desde: “¿Cuántas gasolineras hay en el país?” hasta: “¿Qué piensa sobre el futuro desarrollo del mercado mundial?”. Su objetivo es evaluar las habilidades de solución de problemas del solicitante y a la vez cómo analizaría y trabajaría en potenciales situaciones reales.

7. Preguntas de comportamiento

Posibles preguntas pueden ser: “¿Me puede dar un ejemplo específico de cómo ha hecho esto?” o: “¿Qué pasos ha seguido para lograr esto?”. Su objetivo es anticipar posibles comportamientos futuros basándose en reacciones pasadas.

8. Preguntas de competencia

Este tipo de preguntas incluye: “¿Me puede dar un ejemplo concreto de sus habilidades de liderazgo?” o: “Explíqueme la forma en que ha encontrado una solución creativa a un problema.”. Su objetivo es alinear los comportamientos pasados con las competencias específicas requeridas para esta posición.

PREGUNTAS FRECUENTEMENTE REALIZADAS EN LAS ENTREVISTAS

Hay que presentar al usuario las preguntas más frecuentemente realizadas en las entrevistas (es aconsejable también tener información de otras fuentes así como observaciones propias).

Aquí se presenta una lista de tales preguntas:

- ¿Por qué busca trabajo nuevo?
- Hábleme de usted

- ¿Qué sabe de esta empresa?
- ¿Qué sabe sobre la posición a la que está aspirando? ¿Qué deberes conlleva esta posición?
- Si se le ofrece, cuánto tiempo piensa quedarse en este trabajo?
- ¿Dónde se ve dentro de tres años?
- ¿Qué sueldo busca?
- ¿Qué piensa que es necesario para tener éxito en una empresa como esta?
- ¿Por qué quiere trabajar con nosotros?
- ¿Qué desafíos piensa encontrar en este trabajo?
- ¿Qué problemas piensa encontrar en este trabajo?
- ¿Cuándo esperaría una promoción?
- ¿Dónde ve el futuro de esta empresa?
- Si le ofrecemos este trabajo, ¿qué factores decidirían que lo aceptara o no?
- Esta empresa es mucho más grande de las empresas en que usted trabajó hasta ahora. ¿Qué piensa de esto?
- Esta empresa es mucho más pequeña de las empresas en que usted trabajó hasta ahora. ¿Qué piensa de esto?
- ¿Qué sabe de nuestros productos?

PREGUNTAS PARA REALIZAR EN LAS ENTREVISTAS

En la entrevista el usuario debería esperar la oportunidad de realizar preguntas a los entrevistadores. Es muy importante prepararse para esa situación y pensar en qué preguntas realizar y por qué. Aquí se presenta una lista de preguntas que se pueden utilizar y modificar a la hora de la entrevista:

- **¿Qué tipo de promociones y ascensos hay en esta empresa?**
- **¿Planea la empresa expansiones y desarrollo que podría llevar a otras oportunidades profesionales?**

Estas preguntas muestran el interés del solicitante de quedarse en la empresa a largo plazo.

- **Me interesa desarrollar en el futuro mis habilidades y experiencias. ¿Qué oportunidad tengo de hacerlo aquí?**

La mayoría de los empresarios tienen esquemas de formación y programas de desarrollo para los empleados. Un solicitante con ganas de formarse les parecerá más interesante.

Después de la entrevista

El usuario debe saber que la entrevista termina al abandonar la empresa. A veces hay visitas informales de empresas o comidas como parte del proceso, a las que el usuario debería acomodarse.

El usuario debe pensar en cómo ha ido la entrevista, e individualizar las cosas que hubieran podido ir mejor. En caso de rechazo, que no se sienta mal. Puede ser que era uno más entre muchísimos entrevistados. Que llame a la compañía y pregunte por qué le rechazaron. Que utilice la experiencia de forma positiva para la próxima vez.

La incorporación al nuevo trabajo

Este capítulo proporciona al orientador recomendaciones útiles para orientar al usuario durante los primeros días en su nuevo trabajo. El texto que viene a continuación ofrece información sobre importantes temas relacionados con la adaptación gradual del usuario a su nuevo entorno, proporciona consejos sobre lo que no se les puede olvidar, sobre cómo impresionar de forma positiva a sus superiores en el trabajo, sobre cómo organizar la rutina del día laboral y sobre cómo planear el desarrollo profesional en el futuro.

Lo mejor sería empezar la presentación subrayando la importancia que tiene la aceptación de un nuevo trabajo en la vida de una persona. No obstante, quedan algunos pasos antes de incorporarse al nuevo trabajo. Por eso hay que explicar al usuario qué tiene que hacer en el periodo que transcurre entre el momento en que es aceptado y el primer día de trabajo.

PROGRAMA DE ADAPTACIÓN

El usuario debería asegurarse que la empresa ofrece algún tipo de programa de adaptación.

Las grandes empresas suelen organizar seminarios de dos o tres días a los cuales tienen que asistir todos los empleados. Las empresas pequeñas no disponen de programas oficiales. Aunque no exista un programa formal es una buena idea preguntar si se recibe alguna forma de adaptación: presentación a los compañeros de trabajo, ubicación del comedor, baños, etc.

BUSCAR AYUDA DE LOS DEMÁS

Siempre resulta útil saber más sobre el proceso de toma de decisiones y la cultura de la empresa. Puede ser de gran ayuda contactar con otras personas que se vayan a incorporar en otros departamentos de la misma empresa para hacer una red de contactos internos. La habilidad para crear una red de contactos mejoró durante la fase de búsqueda de trabajo y ahora es el momento de utilizarla.

Sería también útil encontrar un tutor dentro del ámbito de trabajo. El tutor puede proporcionar al usuario información valorable “desde dentro” sobre temas como cultura de la organización y formas de trabajar así como también introducirle los procedimientos administrativos y mecanismos de presentación de informes.

ENTENDER LA EMPRESA

La mayoría de información sobre la empresa se ha encontrado ya durante la fase de preparación de la entrevista. Mucha gente termina de estudiar una vez ofrecido el trabajo aunque la información podría servirles para mejorar la eficacia en el trabajo y aumentar su influencia dentro de la empresa. Sugerimos buscar información detallada sobre:

1. Los principios, la estrategia corporativa, la filosofía y la cultura de la organización.

Es de vital importancia que el usuario conozca bien los valores y las actitudes principales del funcionamiento de la organización – será difícil integrarse sin adaptar antes los métodos de trabajo a los valores de la organización. Muchas organizaciones tienen una cultura corporativa muy fuerte y aunque al usuario le parezca que no está de acuerdo con esos principios es importante que los entienda y adapte su trabajo y comportamiento a ellos.

Es aconsejable que se le presenten las diferentes estrategias de adaptación y que él elija la que más le corresponda. Es muy importante que adopte una actitud positiva durante los primeros meses. En este periodo puede impresionar a sus jefes y compañeros de trabajo y ganar su aprobación.

2. El sistema de comunicación de la empresa. Cada organización tiene sus canales, formales o informales, de comunicación interna; es importante conocerlos y enterarse de cuál es el más eficaz.

3. Los productos y los servicios de la empresa. Es muy importante aunque el usuario no esté directamente relacionado con la venta, marketing o desarrollo de los productos. Aunque sea contratado para trabajar en el departamento de RRHH es esencial conocer la posición de los productos y servicios de la empresa en el mercado. No puede actuar aislado de lo que pasa fuera de su departamento y condiciona el estado de la empresa.

4. La jerga de la organización. Cada organización tiene su propia jerga, que resulta muchas veces imposible de entender para los que están fuera de la organización. Es muy importante enterarse cuanto antes de la terminología necesaria para funcionar dentro de la empresa. También es importante conocer la jerga del “sector del mercado” donde trabaja.

ENTENDER A LA GENTE

Uno de los pasos más importantes desde el principio es establecer un contacto positivo con los compañeros de trabajo, no sólo con los que trabajan en el mismo departamento, sino con aquellos de los demás departamentos con los que mantendrá un contacto regular y que a menudo tienen un impacto muy importante a la hora de alcanzar el éxito.

En su departamento tendrá que ser aceptado dentro del grupo de trabajo. Es importante saber que esta aceptación tendrá que ganarse y no llegará automáticamente. Los primeros meses serán una especie de proceso de iniciación para ganar esta aceptación. Los compañeros de trabajo y los jefes examinarán al usuario para conocer no sólo sus habilidades técnicas sino su estilo de trabajo, actitudes, valores y personalidad. Esto se desarrollará en el nivel subconsciente. Los compañeros de trabajo tendrán que asegurarse de que sus valores son compatibles con los valores de su nuevo compañero y que él podrá contribuir al funcionamiento del departamento.

También es útil intentar establecer contactos con empleados de los demás departamentos. El problema de las empresas modernas es que carecen de este tipo de contactos. Los empleados trabajan para alcanzar el mismo objetivo, pero no se conocen

entre ellos. Si el usuario establece relaciones con empleados de otros departamentos obtendrá beneficios a largo plazo.

FORMACIÓN

Si alguien quiere alcanzar el máximo nivel de realización dentro de un nuevo puesto en la primera oportunidad que se le presente, es vital haber recibido una formación que permita adquirir las responsabilidades del nuevo puesto de trabajo. La mayoría de las organizaciones ofrecen formación técnica, pero prestan menos atención a las llamadas “habilidades más débiles”, por ejemplo, capacidades de dirección y de relaciones interpersonales, y otras en las que sería necesario requerir algún tipo de formación específica antes de comenzar a desarrollar el trabajo. Piense en como establecer un plan que enfoque estas necesidades – actuará como un marco de trabajo útil sobre el que podremos construir el futuro desarrollo del usuario.

Durante el proceso de búsqueda de trabajo, el usuario tendrá que analizar probablemente áreas particulares en las que sea verdaderamente competitivo y otras donde sería beneficioso mejorar para conseguir un mayor desarrollo. En la formación que ofrezca la compañía y en otras oportunidades de desarrollo que puedan ser ofrecidas, el empresario debería saber que invierte en un importante recurso al que beneficia mediante su desarrollo profesional. Las necesidades de formación existentes se pueden analizar a intervalos regulares (cada seis semanas en los primeros meses de trabajo), lo que suele requerir una atención cuidadosa. Haga al usuario revisar su plan de formación para acomodar e identificar sus nuevas necesidades de desarrollo. Regularmente presten atención a cursos externos ofrecidos por compañías e instituciones profesionales. Pidan permiso para asistir a seminarios y cursos de especial interés. Se espera del usuario que posea un cierto nivel competitivo obtenido a partir de la propia realización de su trabajo, de forma que no subestime su puesto pidiendo demasiada formación en las primeras etapas.

No olvide que los libros y los programas de televisión son una buena fuente para formarse y desarrollarse de forma personal.

CONOCIMIENTO DEL TRABAJO

Los candidatos obtendrán una perspectiva propia durante el proceso de selección de cuáles serán sus responsabilidades, así como de la estructura existente dentro del departamento en el que trabajen. Sin embargo, es raro que las impresiones iniciales surgidas en la entrevista se cumplan por completo en el futuro. Para asegurar una idea real, explique al usuario en una primera etapa de alrededor de seis semanas, lo siguiente:

- Sus responsabilidades.
- Qué esperan el director y otros ejecutivos de él.
- La toma de decisiones fortalece la autoridad.
- Responsabilidades directivas y presupuestarias.
- Estructura del departamento.
- Lugar del departamento dentro de la jerarquía de la organización.
- Percepción en la organización de las funciones desarrolladas por el departamento.
- Líneas paralelas de contacto y responsabilidad.
- Suministradores y clientes con los que es necesario establecer relaciones de trabajo efectivas.

VALORACIÓN DEL RENDIMIENTO

La mayoría de las organizaciones trabajan con sistemas formales de revisión de métodos por medio de los cuales se establecen conjuntos con las personas que trabajan de acuerdo a una serie de objetivos. Sin embargo, el proceso no funciona a veces bien y de forma ocasional puede fallar.

Es importante que el usuario tenga claros ciertos parámetros para contribuir de forma efectiva. Si no se le piden unos objetivos específicos durante su primer año o en un período inicial dentro de la organización, entonces debería acordar con el director:

- Funciones clave en el trabajo, es decir, principales áreas en las cuales se espera que contribuya de manera significativa.
- Una serie de objetivos valorables, revisados a intervalos regulares, decidiendo cómo puede contribuir al beneficio general y al desarrollo de la organización y en particular al del departamento.

- Cómo se medirá su realización personal dentro del trabajo, y cómo será revisada regularmente. También es vital decir qué medidas se usarán para evaluar el desarrollo del departamento y para comprobar que los objetivos establecidos eran realistas y alcanzables. Podría darse el caso de que los objetivos se sobrevaloran de forma que la persona tiene muy poca o ninguna influencia.
- Si la organización no trabaja dentro de un sistema por objetivos, sería una buena idea establecer una serie de objetivos hacia los que dirigirse. Hay que transmitir al director los objetivos que se persiguen. Esto contribuirá a mostrar cómo se puede ayudar a la organización en ciertos aspectos del trabajo, cómo se puede influir de forma personal (iniciativas de marketing, capacidad de venta, etc.). Este tipo de medida informal permitirá controlar al empresario el progreso durante los primeros meses.

DIRECCION PROFESIONAL

Además de las áreas mencionadas anteriormente (relativas específicamente a la fase inicial de acceso a un nuevo puesto), el cliente debería dedicar también tiempo y esfuerzo a establecer una dirección profesional de su carrera a largo plazo. Durante la búsqueda del nuevo puesto, podría realizar algún análisis sistemático de las opciones profesionales que se presentan. Es importante un manejo activo así como la consideración de que estas opciones no se acaban de forma inmediata una vez que se consigue un nuevo puesto de trabajo. Para mucha gente, la idea de manejar su carrera se centra únicamente en las oportunidades de promoción, más que en el desarrollo de sus habilidades y experiencia base, preocupándose poco en adquirir nuevos conocimientos, o en tomar pasos positivos para “enriquecer” su actual posición.

A continuación se presentan unas sugerencias para algunos pasos que deberían ser considerados por los usuarios para conseguir manejar de su carrera, en lugar de que sea la carrera la que los domine a ellos, que es lo que suele suceder con mayor frecuencia. Entregue al usuario las siguientes recomendaciones (podría ser bueno supervisarlos antes de entregarlos al cliente):

ESTABLECIMIENTO DE UN PLAN PROFESIONAL

Una vez haya asegurado su puesto de trabajo, plantéese nuevos objetivos dentro de la organización. Esto no marcará necesariamente lo que tiene que hacer en los próximos cinco años, pero proporcionará un marco de hitos a partir del cual valorar su progreso a corto y medio plazo. Sería aconsejable revisar el plan y los objetivos cada seis meses, y realizar los ajustes necesarios para reflejar los objetivos conseguidos y el propio desarrollo personal, así como los cambios producidos dentro de la organización.

MANTENIMIENTO DE UN REGISTRO DE LOS LOGROS

Reflejará los logros conseguidos en cada uno de sus puestos anteriores e incluirá algunos en su CV. Pueden resultar de gran ayuda a la hora de conseguir un nuevo trabajo. Además es útil para mantener un registro de qué se consigue de lo que en principio se propone. Sería útil a la hora de realizar una revisión de los objetivos logrados en el trabajo y por supuesto sería útil a la hora de intentar promocionar a otro puesto dentro de la organización o de buscar un nuevo empleo.

HACERSE VISIBLE FUERA DE LA ORGANIZACIÓN

Para progresar en su carrera, no es suficiente con ser bueno en el trabajo. La gente que se encuentra fuera de la organización necesita conocer las habilidades del usuario, y sólo podrá valorar su perfil a partir del conocimiento de sus áreas de responsabilidad. Escribir artículos para diarios profesionales o comerciales, y asistir a cámaras locales de comercio o realizar funciones en asociaciones profesionales, puede ayudar a aumentar su red de trabajo.

CONSTRUIR SOBRE LAS VIRTUDES

El proceso de búsqueda de trabajo hace inevitable que se realice un enfoque sobre las virtudes y habilidades del usuario. Probablemente habrá desarrollado una conciencia mayor de lo que hace y le divierte. Necesita ser consciente de que el desarrollo se consigue con la adquisición de nuevas habilidades y competencias así como con la experiencia. Necesita abrirse al aprendizaje de nuevas cosas en cualquier momento, siendo sensible a las necesidades de la organización. También involucra reconocer los cambios dentro de la organización como una oportunidad de aprender y desarrollar nuevas habilidades. Los cambios en las organizaciones se desarrollan hoy mucho más

rápido que nunca, con frecuencia como resultado de presiones competitivas. Además, cualquier individuo que no esté dispuesto a aprender y trabajar con los cambios que surjan a su alrededor está condenado a quedarse atrás.

Es siempre útil recordar que el mercado laboral es un mercado: si el usuario continúa aprendiendo de sus experiencias y adquiriendo nuevas habilidades, es probable que cuando entre de nuevo en el mercado laboral, aunque sea varios años más tarde, tenga capacidades útiles que ofrecer a un empresario potencial.

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

Establecimiento de objetivos para actividades fuera del trabajo. El proceso de búsqueda de un nuevo trabajo puede también ayudar al usuario a decidir qué quiere conseguir en su vida fuera del trabajo. Puede así establecer objetivos en actividades elegidas personalmente y en su desarrollo personal. Sería útil revisar estos de forma periódica considerándolos como objetivos existentes a lograr y aspiraciones particulares a conseguir. Una serie de objetivos tangibles relativos a ciertas actividades fuera del trabajo puede ayudar al usuario a conseguir un mejor balance de su vida y le proporcionará la oportunidad de relajarse y liberarse del estrés laboral. Es recomendable chequear estos objetivos cada seis meses aproximadamente, analizar el progreso y, a partir de ahí, perseguir objetivos más o menos ambiciosos que los inicialmente propuestos.

AUTO DIRECCIÓN

La clave a la hora de perseguir una carrera profesional depende directamente de la propia capacidad del usuario para manejar su carrera. *Es ingenuo esperar que sólo la lealtad a una empresa pueda ayudar alcanzar los objetivos del usuario en el futuro.* Cada individuo debería prepararse para aceptar sus responsabilidades. Es absurdo esperar que la lealtad a una organización se base en el progreso de los objetivos profesionales de cada individuo. Lo que parece ser más importante para el futuro es la capacidad de adaptación y cambio ante las nuevas condiciones de trabajo, así como la flexibilidad para adquirir nuevas habilidades, especialmente en estos tiempos de rápido desarrollo tecnológico.

Consejos para el primer día de trabajo

- Saber qué hace la empresa u organización. Estar preparado para resumirlo en caso de que alguien pregunte.
- Entender su contribución a la empresa.
- Leer la última copia del informe anual de la empresa.
- Vestir de forma conservadora – al mismo o inferior nivel de la media de la empresa.
- Recordar los nombres de las personas que se le presentan.
- Estudiar bien el plan de beneficios de la empresa. No esperar la ocasión de necesitarlo para entenderlo.
- Observar y emular a los que tienen éxito en la empresa. Que sean sus mentores.
- Personalizar su puesto de trabajo, por ejemplo, escribiendo su nombre, para que todo el mundo sepa quién es.

Por último pero no menos importante, hay que proporcionar al usuario consejos que le puedan resultar útiles en su nuevo trabajo y en su futuro desarrollo profesional.

A: La rutina diaria

- Ensayar lo que hay que hacer en el primer día mientras se desplaza al trabajo por la mañana.
- Si es posible, coger el transporte público. No sólo ahorra energía, sino que deja tiempo para leer. Llevar siempre consigo materiales para leer.
- Yendo al trabajo, apuntarse todos los pensamientos o recordatorios que se le ocurran.
- Ser siempre puntual. Levantarse temprano.
- Planear el día con antelación. Diez o quince minutos por la mañana equivalen a una hora extra de productividad durante el día.
- Desarrollar la rutina solamente para incrementar la productividad personal.
- Ser el primero en saludar por la mañana. Con una sonrisa.

- Tener caramelos de menta en el cajón para emergencias de mal aliento. Y recordar, sólo porque uno no pueda oler su aliento no significa que este sea limpio y dulce todo el día.
- Tener una camisa extra, planchada en el coche. También conviene tener una corbata extra o un par de medias.
- Siempre observarse en el espejo antes de salir del aseo.
- Llegar a las reuniones puntualmente. Llevarse trabajo extra para pasar el tiempo mientras se espera a los demás.
- No hacer garabatos o soñar con los ojos abiertos durante las reuniones. Si los temas no son de su interés mejor coger la agenda y controlar el plan del día.
- Comer en la empresa ahorrando así dinero y tiempo.
- Dar un paseo corto todos los días. Aparcar en el extremo del aparcamiento por la mañana. O estirar las piernas durante la hora libre. Le hará más productivo y aclarará sus pensamientos durante el día.

B: Ética laboral

- Marcar una línea ética y nunca sobrepasarla. Especialmente cuando los demás lo animen.
- Cuidar su integridad. Integridad significa hacer lo que es justo, aunque no sea popular, rentable o moderno.
- Desarrollar una reputación de integridad y sinceridad. Si en el pasado falló en este campo es hora de recuperarlo. La reputación se gana con el tiempo. Y mantener este aspecto con todo el mundo en el trabajo y fuera de él.
- No blasfemar, tampoco cuando lo hagan los demás.
- No contar chistes sucios, racistas o sexistas. E ignorar a los que quieran contárselos.
- No mentir, engañar o robar, aunque la tentación sea grande – siempre preservar la integridad, es increíble qué precedencia le puede dar entre los demás.
- Cumplir las promesas. Si no es seguro que se pueda cumplir, no prometer.
- Siempre buscar lo bueno en los demás, así será más fácil que los demás encuentren lo bueno en el usuario.

C: Habilidades interpersonales

- Hablar un 20% y escuchar un 80%. Evitar a los que hablan un 100%.
- Siempre buscar la oportunidad de elogiar a los que se lo merecen. Si alguien ha hecho algo bien hay que decírselo.
- Mientras alguien habla, no interrumpir. Y no intentar inventar una historia mejor.
- Sonreír muchísimo. También cuando tenga ganas de fruncir el ceño.
- Si hay alguien conflictivo, evitar la confrontación. Tomar tiempo para calmarse antes de contestar.
- Ser la persona que hace sonreír a los demás. Todo el mundo quiere a la gente feliz.
- Buscar soluciones, no problemas. Todo el mundo es capaz de buscar problemas.
- Cuando lo feliciten por algún trabajo, no contestar “No era nada” o intentar aparentar que no se lo merece. Sólo decir “gracias” con una sonrisa y seguir. Nada más y nada menos.
- La vida no es justa. A veces el trabajo tampoco. Habrán días donde la mejor estrategia posible será sobrevivirlos. No hacer nada, esperar otro día. Suele ser mejor.
- No quejarse. Todo entorno laboral tiene alguien que se queja todo el rato. Que no sea el usuario esa persona. E ignorar a los que se quejan.
- En caso de estar infeliz, no mostrarlo. Lo que lleva dentro cambiará.

D: Política de la oficina

- Respetar al jefe en todo lo que el usuario hace. No unirse a los demás cuando se habla mal del jefe. Puede ser muy contagioso.
- Como subordinado estar preparado a someterse a los planes de los demás. Sumisión no significa hacer algo con lo que estás de acuerdo. La genuina sumisión es hacer cosas con las que no estás de acuerdo.
- No hablar sobre salarios con los compañeros de trabajo.
- En caso de ser felicitado por haber hecho algo que era un trabajo de equipo, procurar que los demás también reciban el reconocimiento.
- Cuando los demás empiecen a criticar, no unirse.
- Ser constructor, no destructor.

E: Educación y formación:

- Conocer y entender el programa formativo de la empresa. Y aprovecharse de él.
- Aprender a juntar los conocimientos adquiridos en la formación con el trabajo. Aplicarlo y no se perderá nunca. Perderlo y se perderá para siempre.
- Continuar la educación. Aunque no persiga un título en especial, hacer que la educación sea siempre parte de su vida. Lo que se aprende es parte de lo que se gana.
- Un mecanógrafo malo debería aprender bien a escribir a máquina. Se gana muchísimo tiempo así.
- Enterarse bien de cómo funcionan los ordenadores. No hay que volverse un experto en informática, pero hay que saber cómo utilizar la tecnología en el trabajo. Seguir la curva de desarrollo tecnológico.
- Aprender a trabajar en equipo. Las escuelas recompensan a los individuos. Los empresarios recompensan el trabajo en equipo.
- Es posible que uno no sepa ni la mitad de lo que piensa que sabe. Normalmente se necesita una vida entera para enterarse de esto. Si uno es conciente de este hecho aprenderá y crecerá en la vida.

F: Finanzas:

- Hay más en la vida que sólo la acumulación ilimitada de dinero. Nunca hay suficiente dinero. Hay que encontrar la felicidad en otros aspectos de la vida.
- Ser rico y ser feliz no es lo mismo.
- Leer cada año el informe anual de la empresa. Y estudiar el mensaje del presidente a los accionistas. Esto es el pasado de la empresa y su visión del año que viene. Centrarse en ayudar a la empresa a alcanzar esta visión.

G: Desarrollo profesional:

- Enterarse de quién es el jefe de su jefe. Esa es la persona que autorizará o recomendará su promoción en el futuro.
- Pedir al jefe que exponga los temas que necesitan mejoras constantes.
- Llegar a ser conocido como el empleado que llega primero o que sale el último. O los dos. Pero no hacerlo para siempre. Es un inicio bueno, pero la vida no puede seguir siempre así.
- Desarrollar la reputación de ser el que soluciona los problemas. Si el problema se halla en su escritorio que no pase a otro.
- Aunque reciba una evaluación positiva preguntar qué es lo que puede mejorar.
- Enterarse del trabajo que se está desarrollando en su entorno. Esas son áreas de su potencial desarrollo en el futuro.
- Leer informes anuales de la competencia. Le tendrá más informado y le hará apreciar más el trabajo de la empresa.
- Si lo que se hace se hace con cariño, el éxito llegará.
- Invitar a los compañeros a comer para enterarse del trabajo en sus departamentos. Que hablen. Escuchar bien.
- Introducirse en la red de la oficina. El desarrollo profesional se parece más a escalar una red que una escalera. Asegurarse de introducirse en el mayor número de redes posible.
- Nadie le debe la vida o el trabajo. Cada uno se los gana solo cada día y todos los días. Una vez que esto se olvida, se termina el desarrollo profesional.
- Hacer más de lo que le pagan se convertirá en pagar más de lo que se hace.
- No pedir aumentos por la necesidad de dinero, pedirlo por sentir merecerlo.

Ofrezca al usuario también una copia de los siguientes consejos, que resultarán útiles en la vida:

- La vida no es casi nunca lo que queremos que sea. La vida simplemente es. Es lo que hacemos en la vida lo que le hará parecerse a lo que queremos de ella.
- Invertir en uno mismo es la mejor inversión posible. Los dividendos de esta inversión se pagarán durante toda la vida.
- Ser activo planeando el futuro. Para obtener cosas en el futuro hay que empezar a perseguirlas hoy.

- Aceptar cosas excelentes de si mismo y esperar cosas excelentes para los demás.
- Fijar objetivos en la vida. Romper los objetivos a largo plazo y fijarlos a corto plazo. Después romper los de corto plazo y fijar objetivos anuales. Después romper los anuales y fijar mensuales. Luego romper los mensuales para fijar semanales. Luego romper los semanales para fijar diarios. Luego romper los diarios y transformarlos en tareas. Todo tiene que estar escrito. Y después, implementado. Este es el camino de alcanzar todos los objetivos en la vida.
- Empezar a utilizar una agenda de bolsillo. Rápidamente se convertirá en la guía para alcanzar todos los objetivos de la vida.
- Observar – aprender de los fallos de los demás para no repetirlos.
- En caso de fallar, asumir la responsabilidad de inmediato. La negación prolongará e intensificará el fallo. Reconocer el fallo y seguir. Y no repetir ese error otra vez.
- Cada viaje empieza con un solo paso. Y con cada paso el objetivo se vuelve más claro.
- Siempre pensar en los que son menos afortunados. Siempre devolverles. Da igual lo duro que se ha trabajado para alcanzar ese nivel.
- Y finalmente, nunca olvidar, que el trabajo no debería ser el único objetivo de su vida. Nadie nunca comentó en su lecho de muerte: “¿Por qué no he pasado más tiempo en la oficina?”.

25 consejos útiles para la carrera profesional

Se presentan aquí unas lecciones interesantes de un orientador con experiencia acerca de lo que ha escuchado a lo largo de sus horas de consulta. El usuario puede compararlas con los consejos anteriores:

1. Alcanzar éxito a menudo significa sacrificio. Si fuera tan fácil todo el mundo conduciría un Porsche.
2. Aunque se trabaje para una empresa grande, todo el mundo está solo.
3. El entorno laboral puede ser divertido y estimulante. También puede ser difícil. Recompensa el esfuerzo, la planificación y la formación y castiga la indiferencia y la falta de preparación.

4. Tomar tiempo para evaluar sus propias habilidades, disposición, destrezas, aversiones y talentos. En caso de necesitar ayuda, consultar a un orientador profesional.
5. Su carrera profesional puede ser su recurso financiero más grande. A lo mejor está bien pagado en este momento, pero es muy importante investigar el mercado. No se sobre- o subestime.
6. Saltar de un trabajo a otro – de vendedor a representante, luego maestro, contable y escritor técnico – no es una carrera profesional. Empezar como empleado de contable, seguir a segundo contable, contable, controlador, funcionario financiero principal y vicepresidente de finanzas es una carrera. La carrera se construye a sí misma conforme pasa el tiempo.
7. Cambiar áreas, industrias o especialidades funcionales es difícil, y cuanto mayor es el cambio más difícil resulta. Es importante elegir la dirección con cuidado. Una vez que se deja una carrera es muy difícil volver a entrar.
8. Hoy el título de ingeniero no significa nada después de 5 años. También te puede pasar a ti. Si no aprendes algo nuevo, puedes resultar antiguo y poco interesante para el mercado de trabajo. Esto es especialmente válido para los que tienen más de 40 años.
9. Hay que pensar en la propia carrera profesional como en una campaña de relaciones con el público, más en el estilo de los políticos. Tu objetivo es hacer que te quiera mucha gente en un periodo muy corto. (Y luego que sigan queriéndote.) En este sentido cuenta cada persona – jóvenes, viejos, hombres, mujeres, minorías. Tratar a los demás con respeto y cariño. Hay que hacer la vida más fácil para los que te rodean, lo que beneficiará tu carrera.
10. “Las cualidades humanas” son igual de importantes que “las cualidades técnicas” – hasta en los trabajos más técnicos hay que trabajar con gente. Es mejor ser una persona agradable con cualidades mediocres que ser un experto brusco que gana a costa de los demás.
11. Cuidado con expresar emociones fuertes en el mundo de los negocios, especialmente rabia y decepción. Mejor comunicar los sentimientos de forma tranquila y discreta.
12. Hay que pasar tiempo con la gente a la que se admira. El éxito se “pega”. No se puede sustituir el hecho de “conocer a la gente justa” y “estar en el puesto justo en el

momento justo”. Hay que arriesgarse a veces para conocer a alguna persona que te gustaría conocer.

13. Una actitud entusiasta, afectuosa y positiva – abierta hacia los demás – es el activo más grande en tu carrera.
14. Cualquier día tu trabajo actual puede terminar, aunque la empresa sea tuya. Por lo tanto, piensa a corto plazo. No pienses que tu ocupación actual esté garantizada. Levántate cada mañana “sin trabajo” y lucha para mejorar.
15. Con excepción de algunos casos, no demandes a tu ex empresario por haberte despedido o suspendido. Obsérvate bien. Pregúntate si había algo que habrías podido hacer de forma diferente. Encuentra honestamente tu parte de culpa en el problema. Y luego trabaja por lograr una vida mejor, aunque pienses que sea culpa del empresario. No vivas en el pasado. Es siempre bueno tener un “plan B”.
16. Si pierdes el empleo, el 80% de tu trabajo en marketing está ya hecho. Tu reputación, resultados, logros, destrezas, contribuciones y amistades están en tu archivo. Si eras una persona que contribuía, si eras bueno con los demás y un compañero de trabajo agradable, tendrás nuevas ofertas. Si no, no.
17. Tus amigos son tus mejores aliados en tu vida personal y profesional, especialmente a la hora de buscar trabajo. Nadie te puede ayudar más que los que te conocen. Haz una lista de contactos privados y profesionales (esencialmente todo el mundo que has conocido en tu vida) y mantente en contacto con ellos, incluso después de encontrar trabajo.
18. Los empresarios suelen emplear primero a sus amigos. Después de acabarse la lista de conocidos, empiezan a emplear a desconocidos. Cuando una empresa emplea gente de fuera, la entrevista, examina e investiga en detalle. Su mejor estrategia – junto a unas destrezas actualizadas – es cultivar amistades profundas y duraderas.
19. Tus logros son tu tarjeta de presentación en el futuro. Ayudarán a determinar tu utilidad en el mercado de trabajo. A la hora de venderse cuentan los resultados. Intente contribuir a algo apreciable y cuantificable cada día. Y tenga un diario de estos resultados.
20. No esté desempleado, ni siquiera por un día sólo. Trabaje de forma voluntaria durante unas horas, trabaje a tiempo parcial para una agencia de trabajo temporal, ayude a un amigo en su empresa.
21. Amor, felicidad, amistad y tener tiempo para uno mismo son igual de importantes que tener éxito en el mundo profesional. Si tu carrera es tu vida, eres

vulnerable por posibles decepciones y por agotamiento; y la gente agotada no tiene éxito en el mercado laboral.

22. Demasiado éxito puede matar. Evaluar cuando se ha obtenido suficiente. Si piensas que te estás agotando, puede resultar verdad. La gente con mucho éxito suele agotarse muy rápido. Exigen demasiado de si mismos – y de los demás. Buscar equilibrio.
23. No mantener un trabajo que no guste. Odiar la rutina de cada día puede arruinar la salud; y puede convertir en miserables a todos los de tu alrededor, incluso esposo/a y familia. ¡Arriésgate! ¡Actúa! ¡Cambia las cosas!
24. No buscar excusas cuando las cosas van mal. Enfrentarse a los desafíos pensando lo siguiente: “Yo controlo mi propio futuro. Nadie me puede negar una vida feliz si así la deseo planear y luchar por ella. Y por último, nadie me puede impedir tener éxito, salvo sólo yo.”
25. Compartir una parte de tu experiencia con los demás.

Conclusión

Este Manual no pretende cubrir todos los diferentes casos que pueden presentarse al orientador. La vida es muy rica y las personas tan diferentes que ningún manual o ciencia puede describir.

No olvide que los libros pueden orientar y estableces una base de trabajo. Como orientador puede aprender mucho más de los casos reales que se le presenten que de cualquier manual. Pero siendo orientador necesitará algunos “instrumentos” que le ayudarán a desarrollar su trabajo.

En el marco del proyecto piloto DESARROLLO DE SERVICIOS DE CARRERAS PROFESIONALES PARA JÓVENES (realizado con el apoyo del programa Leonardo da Vinci de la Unión Europea) se han desarrollado una serie de herramientas que le podrían ser de ayuda en su trabajo cotidiano de orientador. Esperamos que las utilice y que contribuyan de forma eficaz a su trabajo y desarrollo profesional.