



Curriculum



Workbook 4

MÓDULO 3 – TRABAJAR CON
LOS SOLICITANTES DE
EMPLEO

Contenidos

| | |
|---|----|
| MÓDULO 3 – TRABAJAR CON LOS SOLICITANTES DE EMPLEO | 4 |
| 3.1 ¿De qué trata este módulo? | 4 |
| 3.2 Objetivos de aprendizaje | 5 |
| 3.3 El Job Broker como “cuidador” | 6 |
| 3.5 Evaluación de competencias, establecimiento de objetivos y plan de acción | 20 |
| RECONOCIMIENTOS Y DESCARGO DE RESPONSABILIDAD | 39 |
| Anexos | 40 |
| Anexo 1 | 40 |
| Anexo 2 | 46 |
| Anexo 3 | 47 |

MÓDULO 3 – TRABAJAR CON LOS SOLICITANTES DE EMPLEO

3.1 ¿De qué trata este módulo?

La gente que tiene una vida y unas condiciones de trabajo difíciles están sufriendo la injusticia de su situación (poco poder y autoridad, baja prosperidad) y lo internalizan como una incapacidad y se culpan de su situación. Probablemente carecen del sentimiento de sentirse parte del lado ganador de la vida. Por ello, la búsqueda de trabajo para estas personas supone un problema individual y también emocional. La mayoría de los desempleados ven el mercado de trabajo como un sistema abstracto. Tienen miedo de no encontrar un trabajo en la mayoría de los casos y de pasar desapercibidos para la sociedad. También tiene que ver con su propia autoestima. En una situación tan compleja es importante que el Job Broker tenga las habilidades oportunas y el nivel de competencias adecuado para proporcionar un buen servicio de intermediación laboral a sus clientes y ayudarles a satisfacer sus expectativas y anhelos. Es importante tener un enfoque que se centre en las necesidades de los solicitantes de empleo y les ayude a superar sus barreras para conseguir un empleo.

Dicho enfoque es el concepto de empoderamiento. El término **empoderamiento** se refiere a las medidas creadas para aumentar el grado de autonomía y autodeterminación de la gente y las comunidades para que sean capaces de representar sus propios intereses de manera responsable y con autodeterminación, actuando bajo su responsabilidad. El empoderamiento como acción se refiere tanto al proceso de auto-empoderamiento como al apoyo profesional de la gente, que les permite superar el sentimiento de impotencia y de falta de influencia y les ayuda a reconocer y utilizar sus recursos.

Los principios de guía del empoderamiento son:

- Respetar a la persona como es, mostrar nuevas formas y medidas alternativas y desarrollar nuevas posibilidades juntos.
- Promover la concienciación sobre los propios recursos personales y del entorno. Se utilizan varias herramientas para promoverla.

El empoderamiento se puede describir como un proceso que tiene como objetivo empoderar a las personas o grupos perfilando sus condiciones de vida para que alcancen una mayor autodeterminación. Mediante el enfoque de empoderamiento, se anima a las personas o grupos a que utilicen sus propios recursos personales y sociales (con frecuencia escondidos), así como sus habilidades para la participación de forma que puedan retomar el control en el diseño de su “propia vida social con el mundo”. Se deben considerar las condiciones respectivas del entorno del grupo objetivo, ya que influyen en el desarrollo de los recursos. La promoción de la participación y la construcción de la comunidad son estrategias esenciales en el proceso de empoderamiento.

Se puede dividir el empoderamiento en una actitud básica, un proceso, una estructura y un resultado.

- Actitud básica: está orientada hacia los recursos, tratando a los clientes con esmero y manteniendo contacto visual, donde éstos son considerados expertos sobre su propia situación.
- Proceso: Reflexión y transferencia de conocimiento, sin encontrar prejuicios, gestión del apoyo.
- Estructura y resultado: estar abierto a oportunidades que permitan la creación de un perfil para la autodeterminación de una vida propia, empoderando y ganando control e influencia de esa vida.

El empoderamiento debe entenderse como un sistema. Comienza con el “tema” y vuelve al “tema” a través de las actividades en un proceso conectado y circular. Por tanto, es importante mantener en mente el “tema” y abandonar el lado paternalista y jerárquico.

3.2 Objetivos de aprendizaje

Para abordar lo explicado anteriormente, este módulo tiene los siguientes objetivos específicos de aprendizaje:

- Explicar el enfoque de empoderamiento. Trabajar con las fortalezas del cliente no con las debilidades. Conocimiento de los métodos.
- Conocer las habilidades específicas y necesidades de los diferentes grupos de solicitantes de empleo.
- Ser capaz de animar y dar estabilidad al cliente.

- Tener capacidad de autoreflexión del propio trabajo.
- Explicar el enfoque del empoderamiento. Trabajar con las fortalezas del cliente no con las debilidades. Tener un conocimiento de los métodos.
- Tener conocimiento de las técnicas de “coaching” y aclarar las funciones y principios de la cooperación (creación de perfiles, evaluar a los solicitantes de empleo, técnicas de autoevaluación).
- Tener conocimiento de las técnicas de entrevista y de conversación.
- Tener conocimiento sobre cómo gestionar conflictos y de las técnicas para aliviar los momentos de tensión.
- Tener la capacidad para comunicarse eficientemente y de resolver conflictos (escucha activa, conversaciones motivadoras).
- Ser capaz de desarrollar un plan de acción conjunto con los solicitantes de empleo.
- Tener la capacidad para contratar a los solicitantes de empleo.

3.3 El Job Broker como “cuidador”

Si ponemos la función del job broker en el contexto del concepto de empoderamiento podemos ver al job broker como alguien que está cuidando a sus clientes. La figura del job broker ofrece a sus clientes su apoyo para contestar a preguntas del día a día y se asegura de aportar una solución a las preguntas o problemas que tengan.

Se puede ver a la figura del job broker como una persona de contacto para todos los asuntos que tengan sus clientes, alguien que hace todo lo posible para ayudar a la persona a que sea activa y que tome el control de su vida. Apoya a sus clientes como un cuidador sincero para que alcancen sus objetivos. Crea las condiciones idóneas para que sus clientes descubran sus propias fortalezas y contribuye a que ganen confianza y se organicen por sí mismos. Como “cuidador” crea un clima social que apoya los procesos para el empoderamiento de sus clientes.

El job broker prepara a sus clientes para que tengan una autodeterminación y logren perfilar su propia vida. Trabaja con ellos de forma conjunta y analiza sus problemas, estableciendo un plan de acción según sus necesidades personales. Les prepara en su búsqueda de empleo paso a paso y les brinda su apoyo una vez que han encontrado empleo.

ACTIVIDAD 3.3.1



Sobre el tema del empoderamiento, hay una extensa bibliografía, así como cantidad de información extra en la red. **Infórmate sobre los fundamentos del empoderamiento y averigua los puntos básicos del tema.**

ACTIVIDAD 3.3.2**Descripción del caso:**

Kevin ha estado buscando trabajo durante mucho tiempo. Hasta ahora no ha tenido suerte. Ha enviado doce solicitudes. Todas en balde. Ningún empleador se ha mostrado interesado en él. Tampoco le han ofrecido realizar prácticas o un periodo de pruebas. Tiene 21 años y todavía quiere formarse, trabajar y ganar dinero (como muchos otros). Quiere tener su propio piso. Hasta el momento, apenas ha estado familiarizado con la vida cotidiana.

En una edad en la que los demás recibían la ayuda de los padres, de forma que iban al instituto, su familia y él tenían que dejar libre el apartamento. Su padre, un alcohólico que le pegaba, su madre y su hermana, no habían pagado la renta. A una edad en la que los demás recibían reprimendas por el vocabulario que utilizaban, él ayudó a su madre a echar a su padre de casa. Con tan solo 15 años. Y a la edad en la que otros van a la universidad, Kevin dejó la escuela sin ninguna titulación. El holgazaneaba, se metía en peleas, y robaba. Mientras tanto, estaba completando su etapa de secundaria pero ahora tenía antecedentes penales.

Kevin obtuvo un empleo gracias a la oficina de empleo, y pasó unos meses preparándose para un trabajo.

Tarea: Imagina que esta persona acude a ti para que le asesores. ¿Cuál sería tu procedimiento? Escribe tu enfoque con las palabras clave.



Debajo tienes una lista con los posibles pasos para trabajar con los clientes:

- Análisis de las necesidades:
 - Análisis del status quo de los solicitantes de empleo. Creación de perfiles y análisis de competencias.
 - Analizar los intereses y la motivación de los solicitantes de empleo en términos de orientación laboral, empleo o medidas de formación en FP.
 - Identificación de los posibles obstáculos y resaltar los primeros pasos para solucionarlos.
 - Asesor de control. Identificación de problemas de salud, familiares o sociales, explorando las barreras para comenzar a trabajar.
 - Analizar las certificaciones personales. Averiguar los aspectos que se necesitan volver a aprender.

- Planes de acción:
 - Analizar los talentos escondidos, el potencial y las experiencias de cada uno que pueden favorecer una candidatura a un puesto de trabajo.
 - Planear junto al solicitante de empleo el tipo de trabajo, acordar una entrevista entre el solicitante de empleo y el job broker, que define los siguientes pasos (por escrito), evaluar y actualizar a los tres meses.

- Preparación de los solicitantes de empleo para trabajar:
 - Información de los solicitantes de empleo sobre el mercado laboral, los requisitos de los empleadores en varios sectores profesionales.
 - Producción de solicitudes profesionales y actualizadas.
 - Formación práctica. Reunir los datos para elaborar el CV.
 - Formación para las entrevistas.
 - Charlas didácticas y técnicas de presentación.
 - Formación en TIC.
 - Workshops and individual coaching, strengthening personal skills.
 - Asesoramiento de estilo.
 - Gestión del tiempo y del estrés. Cursos sobre salud.

3.4 Entrevistas de asesoramiento

Asesorar a los solicitantes de empleo es un proceso que suele consistir en entrevistas individuales (los formatos alternativos de asesoramiento incluyen sesiones en grupo, asesoramiento telefónico, asesoramiento por internet, etc.). Por tanto, los job broker tienen que guiar y encabezar la sesión de asesoramiento: guiar significa mostrar compasión, entender y permitir; encabezar, por otro lado, quiere decir interrumpir, intervenir, expresar ideas, hacer propuestas y ampliar o reducir la complejidad. Como es lógico, en esa posición, el job broker dispone de muchas posibilidades, pero también se enfrenta a muchos desafíos.

Resulta fundamental entender a los solicitantes de empleo como individuos con distintas biografías y características, así como empatizar con sus diferentes perspectivas. Puede que los clientes no busquen el asesoramiento voluntariamente y tengan dificultades a la hora de buscar consejo. Es crucial utilizar formas de comunicación y de comportamiento bien elegidas para crear una base real para la cooperación y la conversación, a pesar de la naturaleza jerárquica de la situación.

Los job broker deben buscar la comprensión de las razones y el contexto de sus clientes, pero también el alcance de sus medidas. Tienen que tener en cuenta que cada persona construye su propia realidad y que basan sus decisiones y acciones según su visión del mundo.

Del mismo modo, los job broker necesitan reflexionar sobre sus reacciones, impulsos y modos de interactuar con el cliente. La comunicación es más fructífera cuando la gente que está implicada comparte la realidad y la visión del mundo.

ACTIVIDAD 3.4.1

Las competencias de comunicación son clave a la hora de ofrecer un asesoramiento sólido y exitoso. Hay una extensa bibliografía al respecto, incluyendo información en la red. Obtén información sobre lo que tener en cuenta a la hora utilizar los modos de comunicación en las entrevistas de asesoramiento.

En base a tu búsqueda, resume los aspectos que piensas son más importantes y confecciona una lista con lo que se debe hacer y lo que no con la comunicación en una sesión de asesoramiento.



Asesoramiento sobre las actitudes y control del diálogo:

Asesoramiento sobre las actitudes:

“Solo en un entorno donde se aprecia, uno puede desarrollarse de forma positiva”. Esta es una de las creencias clave de la comunicación orientada al cliente, según las enseñanzas de Carl Rogers.

Es importante no hablar y explicar demasiado, y en cambio, escuchar de forma activa y observar atentamente. Esto proporciona a los asesores la oportunidad de tener una visión más precisa de su cliente. La escucha activa hace ver a tu interlocutor que tomas en serio sus palabras y que aceptas sus miedos, temores y puntos de vista. Sin embargo, esto no tiene que significar que estemos de acuerdo con sus opiniones. Por ejemplo, puedes expresar tu preocupación diciendo: “Entiendo realmente que estés...[...]. Sin embargo, la situación actual del mercado laboral requiere que... [..].”

La empatía, el interés y la apreciación son cruciales a la hora de motivar para que la gente coopere. Estas características se reflejan en el lenguaje corporal, el contacto visual, la entonación de las palabras y frases y en la forma de comunicarse. Cuando los clientes tienen la sensación de que no se les toma en cuenta o que sus temores o deseos se perciben como “erróneos” o “problemáticos”, es posible que no se encuentren con ganas de manifestar sus sentimientos o cooperar. Siempre que sea posible, los asesores deberían elegir fórmulas positivas que empoderen y motiven a las personas que buscan asesoramiento laboral. Los logros y fortalezas del cliente, tales como sus competencias sociales, su experiencia laboral y búsqueda de posibles empleadores, documentos de solicitud laboral bien diseñados, buenas competencias comunicativas o las reflexiones oportunas sobre las propias posibilidades en el mercado laboral, deberían ser el foco de atención y sobre los que hay que trabajar. También, mostrar empatía y entendimiento facilita que se establezca una relación fructífera. Esto se debe decir de viva voz en el transcurso de la entrevista de asesoramiento (“Puedo entender perfectamente que.. [..]”, “Puedo imaginar que [..]”). Además de eso, plantear preguntas es una forma simple de mostrar

que estás realmente interesado en la situación de tu cliente y que intentas entender sus reacciones emocionales.

Velocidad de asesoramiento:

La velocidad con la que se procede se debe ajustar a las necesidades individuales de cada cliente.

Sensibilidad de género y lenguaje sensible al género:

El género y las percepciones que se tienen sobre lo que significa “hombre y “mujer” tienen una influencia fundamental en el proceso de asesoramiento. Nuestra capacidad para reflexionar sobre los estereotipos de género, sobre sus efectos en el trabajo, la vida y el asesoramiento y por tanto en nuestra parcialidad, es crucial. Si somos conscientes de esos aspectos y los comunicamos de forma profesional, a nuestros clientes se les pueden abrir nuevas vías y posibilidades. Para hacerlo, es crucial mantener un lenguaje sencillo y simple que se entienda respetando la sensibilidad de género.

Planteamiento de preguntas:

El diálogo debería estar principalmente estructurado en base a las preguntas del asesor. Ten en cuenta que dichas preguntas serán aceptadas si guardan relación con los procesos de asesoramiento y objetivos. Las preguntas deberían estar claras y resultar fáciles de entender de forma que se ajusten a las competencias verbales del interlocutor. Para evitar malentendidos, los asesores deberían configurar un contexto transparente para las preguntas (ej: “Esta pregunta puede parecerle extraña, pero si tenemos en cuenta tus próximos objetivos formativos es importante para mi obtener esta información”). Los términos técnicos y las abreviaturas pueden parecerle obvios, pero pueden confundir y frustrar al cliente. Es posible que muchos clientes (especialmente aquellos con distinta lengua materna) no se atrevan a preguntar. Es esencial evitar preguntas intrusivas o molestas o que solo sirvan para el interés personal del asesor.

Lo ideal es hacer las preguntas de una en una para ayudar a que el cliente se concentre. Los periodos cortos de silencio animan al cliente a hablar y a contar más cosas. Sin embargo, en el caso que no estés seguro de entender o interpretar lo que tu interlocutor te ha contado, es mejor preguntar una vez en el momento que no hacer muchas preguntas después.

Tener en cuenta la comunicación no verbal:

Como se ha ilustrado en el modelo de comunicación de iceberg, sólo el 20 % de la comunicación se realiza a un nivel real y objetivo, mientras que el 80% tiene lugar a un nivel de emociones y de relaciones sociales. Por tanto, el éxito del proceso de asesoramiento depende altamente de una relación buena y de confianza entre el cliente y el asesor. ¡Cada inversión que se haga vale la pena! Observar las señales no verbales, los modelos de expresión y las formas de comportamiento de la persona que busca consejo proporciona una información esencial para establecer dicha relación. Si tienes ciertas impresiones, por ejemplo si el cliente es extremadamente callado o hablador, o que no se abra o se muestre reacio a ello, ese tema se puede abordar de forma educada, con aprecio y objetivamente (ej: “Tengo la impresión de que no quieres hablar de ello, ¿no es así? ¿Hay alguna cosa específica que te preocupe? “. Parece que quieres contarme algo sobre ello. Propongo que nos centremos en... [...].“).

Escucha activa:

Escuchar y sobre todo la escucha activa constituye la base del buen asesoramiento, especialmente cuando la persona que busca consejo habla sobre problemas, dudas y miedos. Las pequeñas señales no verbales, tales como las de consentimiento y aprobación, así como una postura abierta frente al cliente, muestran que estás concentrado e interesado y que buscas “activamente” soluciones o intentas entender la situación. Eso puede incitar a los interlocutores a abrirse. Del mismo modo, los pequeños resúmenes utilizando tus propias palabras (paráfrasis) son otra forma de tener un conocimiento más profundo de la situación del cliente y de invitarle a que se explique con más detalles.

Mientras que escuchar no significa necesariamente estar de acuerdo con todo, deberías entender la forma de pensar del cliente. Eso te permite reaccionar adecuadamente a sus preocupaciones y necesidades y llevar a cabo medidas correctivas donde sea necesario. Las preguntas que señalan las discrepancias o las falsas creencias o que hagan que el cliente piense en posibles soluciones también pueden ser de ayuda.

Mantener la objetividad:

Especialmente cuando se experimentan tensiones o desacuerdos entre el asesor y su cliente, resulta fundamental actuar con naturalidad y debatir esos problemas abiertamente y con calma. Cuando la gente que busca consejo reacciona de forma agresiva, de forma arrogante e infravalorando, el asesor debería mantenerse calmado y actuar de forma acorde al respecto, corrigiendo ese modo de comunicación disfuncional.

Es importante que el asesor no se tome de forma personal el comportamiento de los clientes. Con frecuencia, refleja su estado emocional y podría deberse, por ejemplo, al resultado del miedo y de la inseguridad. Si es necesario, el asesor debería recordar a los clientes sobre las funciones, jerarquías y las condiciones legales generales de la situación de asesoramiento (ej: “Como experto en el mercado laboral, necesito decirte que las perspectivas profesionales en ese área son muy limitadas”).

Definir los límites:

El asesoramiento profesional también significa ser consciente de las propias limitaciones y barreras y expresar de forma clara lo que el asesoramiento puede y no puede hacer. Para cualquier asesor, es una competencia clave comunicar los límites de forma clara pero educada, sin hacer sentir a la persona que busca consejo menospreciada, infravalorada o amercada de alguien. Cuando sea necesario, puede ser una buena idea informar sobre opciones alternativas, como el asesoramiento psicológico para la gente con discapacidades para el aprendizaje o para el análisis de sus miedos, asesoramiento sobre dudas, oficinas de asistencia legal y también para la psicoterapia, y explicar las condiciones institucionales generales.

Por último pero no menos importante:

El asesoramiento nunca finaliza sin dar a la persona que busca consejo la libertad para tomar sus propias decisiones y su derecho a equivocarse, así como aceptar su propia responsabilidad.

ACTIVIDAD 3.4.2

En esta actividad una persona asume el papel de job broker y otra el de solicitante de empleo del estudio de caso.

Forma grupos de dos para recrear una situación de asesoramiento en el juego de roles: uno representa el cliente, el otro al asesor. Para inspiraros, podéis utilizar el caso de estudio descrito en uno de los ejercicios anteriores, utilizar un ejemplo real de vuestra experiencia profesional (un caso que os resultó complejo) o un ejemplo inventado. Dependiendo del tiempo del que disponga cada grupo, no sería responsable recrear una sesión de asesoramiento completa o incluso el proceso entero. Por tanto, deberías elegir una etapa concreta del proceso de asesoramiento y centrarte en ella.

El siguiente modelo de comunicación ideal de seis fases puede servir como orientación al decidir la etapa:

- 1) Apertura – Invitación y primer contacto, aclaración del contexto y de las condiciones.
- 2) Consulta – Análisis de la situación, recursos y motivación.
- 3) Establecimiento de objetivos.
- 4) Pasos hacia las soluciones – pasos hacia las soluciones y necesidades desde el punto de vista de los clientes; pasos hacia las soluciones y rango de ofertas desde el punto de vista del asesor.
- 5) Acuerdos sobre lo que hacer y documentación.
- 6) Conclusión

Tras el juego de roles, la persona que interpretó al cliente deberá dar feedback sobre cómo ha percibido la situación de entrevista desde la perspectiva de cliente (ej: formulación de las preguntas, lenguaje corporal, expresiones faciales).

Finalmente, ¡repite el juego cambiando los papeles!

Toma nota de los resultados de las conversaciones. Puede que lo necesites para debates posteriores con los compañeros.

ACTIVIDAD 3.4.3

Ahora te invitamos a que debatas tus averiguaciones y experiencias en tu juego de roles. Las siguientes preguntas pueden ayudarte en tu debate:

Preguntas para el debate:

¿Has logrado crear una atmósfera de confianza y cómo la has establecido?

¿Has experimentado problemas? ¿Qué puedes hacer de forma diferente?

¿Qué aprendiste de tu trabajo con los clientes?



Para fomentar los procesos de empoderamiento, en principio es más importante hacer preguntas que dar respuestas. Junto con el cliente, se inicia un proceso de búsqueda.

Los siguientes principios básicos son necesarios:

- Recursos y orientación sobre las competencias.
- Elaborador de la orientación.
- Objetivos de la orientación.
- Optimismo.
- Disponibilidad para trabajar en las relaciones con los principios de igualdad.
- Responsabilidad y control.
- Confianza en los poderes y competencias de las otras personas.
- Disponibilidad para compartir el poder.

Aquí hay algunas cuestiones clave para apoyo profesional:

- ¿Bajo que condiciones tiene éxito la gente cuando descubre sus propias fortalezas junto a los demás?
- ¿Qué ayuda a que la gente sea activa y perfile y tenga el control de su propia vida?
- ¿Cómo puedes ayudar a apoyar las diferentes formas de autoorganización?
- ¿Cómo puedes crear un clima social que apoye los procesos de empoderamiento?
- ¿Cuáles son las consecuencias de esas experiencias de la gente implicada en el proceso?

3.5 Evaluación de competencias, establecimiento de objetivos y plan de acción

Las herramientas y evaluaciones que se utilizan para ayudar a las personas a que entiendan cómo sus intereses, aptitudes, competencias, personalidad y preferencias influyen en su potencial para el éxito y la satisfacción en una carrera profesional o línea de actuación, se las conoce comúnmente como evaluación de carreras profesionales. Durante los últimos cien años, la evaluación de las carreras profesionales, ha influenciado enormemente el desarrollo profesional de los Estados Unidos y ha tenido impacto en su economía. Las ocupaciones de estas evaluaciones las llevan a cabo asesores de carreras profesionales en institutos y universidades, así como asesores de rehabilitamiento laboral, asesores ejecutivos, servicios para la contratación de mano de obra e individuos que quieren tomar la mejor decisión posible en lo que respecta a su carrera profesional.

Tipos de evaluaciones de carrera profesional

Mientras que las evaluaciones de profesional se centran en identificar las opciones profesionales en base a las características personales, las evaluaciones adoptan diferentes formas y varían en sus diferentes aspectos. Las evaluaciones de carrera profesional también pueden mostrar sesgos personales, ya que se suelen basar en criterios que una persona o grupos de personas creen que son los más importantes para seleccionar una carrera profesional. A continuación, se presentan algunos puntos sobre la variabilidad de las evaluaciones populares de carreras profesionales:

Metodología: Las evaluaciones son, con frecuencia, cuantitativas o cualitativas por naturaleza. Las evaluaciones cuantitativas pretenden medir las características, competencias y cualidades que influyen en la capacidad individual para tener éxito y encontrar la satisfacción en una carrera profesional concreta. Las evaluaciones cualitativas se diseñan para ayudar a los individuos a analizar sus objetivos laborales y personales, así como sus preferencias para aclarar y tomar una decisión sobre la carrera profesional con más criterio.

Medición de las características: uno de los puntos más grandes de la variabilidad entre las evaluaciones son las características específicas que miden. Mientras que unas evaluaciones se centran en los intereses personales y en los valores, otros se centran más en las aptitudes y el conjunto de competencias.

Validez: Una gran cuestión que se plantea es cómo de válidas son las diferentes evaluaciones. Especialmente para las que se ofrecen a través de internet. En muchos casos, las evaluaciones carecen de "validez", que es básicamente el grado de utilidad de unos resultados para un individuo.

Cuando resulta difícil evaluar la validez de una evaluación, los resultados se deberían interpretar con cautela y no se debería poner mucho peso en los resultados.

Crear el perfil del cliente: las evaluaciones pueden ser generales o específicas. Por ejemplo, evaluaciones populares de carreras profesionales son: *Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)*, *Strong Interest Inventory*, y *Careerscope* que se crean para aplicarse en cualquier tipo de mercado virtual. Otras evaluaciones se crean para industrias y mercados específicos.

ACTIVIDAD 3.5.1

Como se ha explicado anteriormente, hay diferentes tipos de evaluación de carreras profesionales. Aquí te queremos mostrar algunos ejemplos de herramientas de evaluación para las capacidades del solicitante de empleo. Algunas de ellas son técnicas de autoevaluación, otras se diseñan para ser utilizadas bajo la supervisión de un job broker. Abajo tienes una lista de los diferentes ejemplos de herramientas de evaluación de las capacidades:

- Profilpass: www.profilpass-international.eu/files/pp_english.pdf [18.03.17]
- Skills Profiler: www.careerinfonet.org/skills/default.aspx?nodeid=20 [18.03.17]
- Motivated Skills Inventory: www.seriousjobseeker.net/exercise/skills.php [18.03.17]
- The method „My learning experiences“:
<http://www.naviguide.net/methods/mhbshow.asp?id=513&sid=&look=0&oberthema=9&unterthema=0&zielgruppe=0&art=0&dauer=0&akt=0&zz=25&lang=353&SPage=8&sort=titelauf&Page=1&index=93> [18.03.17]
- The method “What do I have to offer?” (Annex 1)
- The method “The training path” (Annex 2)

Tu tarea:

- 1) Elige al menos 2 enfoques / herramientas / métodos para la evaluación de las capacidades. (Puedes utilizar ejemplos de arriba o utilizar ejemplos de tu experiencia de trabajo o de otras fuentes).

- 2) Describe cada uno de ellos con tus propias palabras y trata de resaltar las principales características de cada herramienta / método que has decidido describir.
- 3) Además, elabora un análisis DAFO para cada método que has elegido. En este tipo de análisis, se utilizarán dos factores internos, las fortalezas y debilidades, y dos factores externos, las oportunidades y las amenazas, para evaluar un método y su utilidad. Mientras que podemos controlar los factores internos, lo que significa reforzar los positivos y reducir los negativos, los factores externos están fuera de nuestro alcance.



La evaluación de las carreras profesionales puede ser decisivo para descubrir los intereses, talentos, valores, aptitudes y competencias individuales. También son útiles para identificar las áreas fuertes y débiles de los candidatos. A la larga, los resultados obtenidos en la evaluación pueden ser utilizados por los estudiantes para tomar decisiones mejores y más acordes a sus intereses, talentos y objetivos. Mientras que las evaluaciones de la carrera profesional pueden variar según su alcance y validez, generalmente ayudan a las personas a considerar nuevos caminos profesionales, aumentar su satisfacción laboral y conocerse mejor ellos mismos.

Uno de los mayores beneficios de estas evaluaciones es que permiten a las personas tomar decisiones que les ayudan a crecer personalmente y profesionalmente. Esto es especialmente cierto para personas que cambian de carrera profesional porque no es viable o cuyos intereses han evolucionado en otra dirección. Las evaluaciones que se utilizan para apoyar el cambio de carrera profesional pueden ser muy beneficiosas ya que los que se cambian suelen tener experiencia al recurrir a la evaluación de sus intereses, capacidades aptitudes y objetivos.

La evaluación de la carrera profesional en base a un informe psicoanalítico es otra forma de evaluación que puede ser útil para los individuos con dificultades en su trabajo o que se sientan infelices. Este tipo de evaluación pretende ayudar a los individuos a que excaven en su interior para descubrir la verdadera naturaleza de sus dificultades. Esta evaluación también aporta claridad y entendimiento si la orientación laboral o la psicoterapia han fallado. Desafortunadamente, la mayoría de orientadores y asesores laborales no reciben formación para este tipo de evaluación.

La evaluación de las carreras profesionales puede ser particularmente útil para los individuos que no están familiarizados o que no tienen claras sus posibilidades laborales. Sin embargo, en algunas situaciones, las evaluaciones profesionales pueden tener algunos inconvenientes. Las evaluaciones de carreras profesionales son solo evaluaciones: son útiles a la hora de autodescubrirse y encontrar los intereses, aptitudes y valores más acordes con el individuo. Pero cuando se depende mucho de ellas, éstas pueden ser restrictivas. Solo porque porque una de estas evaluaciones diga que disfrutarías siendo un policía no significa que ser policía vaya a ser

tu trabajo. Las evaluaciones de las carreras profesionales proporcionan unos resultados que hay que interpretar. No resultan útiles si no entiendes los resultados o si los resultados se interpretan de forma incorrecta. Además, muchas de estas evaluaciones son subjetivas ya que se basan en la opinión particular de uno mismo. Por lo tanto, si una persona no es consciente de sí misma, los resultados de su evaluación pueden no ser exactos.

Las capacidades y competencias de tus clientes son un aspecto crucial para un proceso de emparejamiento exitoso. Sin embargo, para la definición de los objetivos relacionados con un trabajo específico y para tener un empleo fijo, deberías considerar la investigación de otras áreas de la vida del cliente y su personalidad para tener información valiosa que pueda emparejar correctamente las características del cliente con un empleo concreto. Así, deberías tener en cuenta aspectos y áreas como:

- Situación de la vida (condiciones de vida, situación sentimental, situación financiera, responsabilidades relativas al cuidado de los padres, situación de salud, motivación para el aprendizaje, y experiencia)
- Intereses de los clientes (¿en qué está interesado?, ¿qué hobbies tiene?, ¿dónde se siente que se le da bien hacer algo?)
- Motivación (objetivos en la vida, significado del éxito, deseos para el futuro)
- Necesidades del cliente (condiciones necesarias para trabajar bien/ objetivos de aprendizaje, colaborador o luchador solitario, realización de trabajo manual o cognitivo, horas de trabajo deseadas)
- Recursos (fuentes de apoyo, cuánto dinero, tiempo, energía para las necesidades de formación)

ACTIVIDAD 3.5.2

Debajo encontrarás una lista con afirmaciones relacionadas con el establecimiento de objetivos en el proceso de asesoramiento. Lee cada frase y di si estás de acuerdo o no. En caso de que no estés de acuerdo explica por qué.

La evaluación general basada en los resultados de la fase de consulta sirve como base para la definición de objetivos del cliente y para la elaboración del plan de acción correspondiente. Debajo encontrarás una lista con diferentes afirmaciones relacionadas con la definición de los objetivos de los clientes y la elaboración de un plan de acción. Di con cuales de las afirmaciones estás de acuerdo o en desacuerdo. Argumenta con palabras clave por qué estás en desacuerdo con una afirmación:

Ahora estamos en la fase de establecer los objetivos y el plan de acción. Los resultados de la fase de consulta deberían dejarse atrás porque podrían influir negativamente en la motivación y autoestima del cliente. Tú y tu cliente deberías centraros en los deseos del cliente para el futuro apartando cualquier obstáculo.

Durante el proceso de definir objetivos la situación actual del mercado laboral, así como los requisitos específicos de un empleo no se deberían tener mucho en consideración. La cosa más importante es con qué tipo de trabajo el cliente se siente más contento.

Tú eres el experto del mercado laboral y por tanto deberías definir los objetivos para el cliente, y no ser el cliente quien lo haga. También la elaboración de un plan de acción es tarea tuya.

Es importante que tú como experto estés convencido de definir los mejores objetivos para tu cliente. Si actúas con confianza como asesor, tu cliente te seguirá y trabajará duro para alcanzar los objetivos que les has definido.

Resulta duro encontrar un trabajo que le guste al cliente y que también encaja con su personalidad y su situación personal. Aspectos de ofertas específicas de empleo o lugares de trabajo no se deberían valorar mucho.

En lo que se refiere a los objetivos de los clientes, hay una regla simple: ¡los desafíos tienen que ser estimulantes!

Si tu cliente establece objetivos que no son realistas considerando los resultados de la fase de evaluación, deberías estar callado para no influenciar negativamente la motivación de tu cliente.

Si no estás satisfecho con las decisiones del cliente, deberías explicar con palabras claras por qué está equivocado y las decisiones que tú tomarías.

Es mejor estar de acuerdo con los objetivos y pasos solo de forma verbal. Si escribes los resultados en esta fase, el cliente podría llegar a sentir demasiada presión y puede fallar en la consecución de los objetivos por eso.



Si, había mucho por lo que estar en desacuerdo 😊. Debajo, encontrarás comentarios con los que seguro estarás más de acuerdo:

Antes comenzaste a elaborar objetivos concretos y pasos para alcanzarlos con el cliente. Podrías primero debatir la evaluación de la fase de consulta y resumir con el cliente las fortalezas encontradas, los recursos, los posibles puntos de partida, el desarrollo de requisitos y analizar la situación del mercado laboral del cliente.

Básicamente, el cliente debería cumplir el establecimiento de objetivos. Dejar la decisión sobre la definición de objetivos específicos en manos del cliente podría promover la identificación con los objetivos establecidos, una mayor cooperación del cliente en un curso posterior del proceso de asesoramiento y llevará a una mayor motivación del cliente.

La definición de objetivos debería centrarse en el trabajo que el cliente quiere conseguir. Sin embargo, otros criterios de puesto de trabajo al que se aspira deberán tenerse en consideración (ej: preferencia de trabajar solo o en equipo, salario, distancia de viaje al lugar de trabajo, horas de trabajo).

Los objetivos acordados deberían formularse como objetivos **SMART**, lo que significa que los objetivos deberían ser **Específicos** (¿se han formulado los objetivos de forma general o de forma concreta?), **Cuantificables** (¿se pueden controlar los objetivos logrados?), **Aceptados** (¿está el cliente motivado y coopera en relación a los objetivos definidos?), **Realista** (¿es posible alcanzar los objetivos definidos?) y **Puntual** (¿se puede estimar cuando se va alcanzar el objetivo?).

Apoyar y corregir el proceso de establecimiento de objetivos realizando preguntas que ayuden al cliente a llegar a una evaluación del grado de realismo de sus objetivos para su futuro profesional. Las posibles preguntas son: ¿cuáles de estos objetivos son realmente esenciales?, ¿es el ingreso esperado suficiente? (por ejemplo si el cliente está solamente interesado en un trabajo a tiempo parcial), ¿cómo de realista es encontrar un trabajo cercano cerca de casa?, ¿es el trabajo compatible con las obligaciones familiares?

Si existe discrepancia entre los objetivos del cliente y tu evaluación de la situación deberías hacérselo saber y explicar las razones de tu evaluación de forma clara.

Si has llegado a un acuerdo sobre los objetivos con tu cliente deberías ponerlos por escrito.

ACTIVIDAD 3.5.3



El objetivo general del proceso de asesoramiento es la inserción laboral o la integración en el mercado laboral de forma permanente. Por tanto es importante llegar a un acuerdo mutuo para tomar una decisión realista sobre el empleo. Si existe la discrepancia entre tu evaluación y las ideas del cliente (ej: objetivos no realistas, no hay un acuerdo sobre la forma de proceder en el futuro), ¿cómo reaccionarías ante tal situación? Piensa en ideas que ayuden a resolver la situación y descríbelas.



Si existe discrepancia entre los objetivos del cliente y tu evaluación de la situación deberías explicárselo de forma clara al cliente. Si todavía no hay acuerdo sobre los objetivos a pesar del debate y las explicaciones deberías considerar la opción de ser más persuasivo. Por ejemplo, podrías decir: “Puedo entender tu deseo por... realmente bien, pero mi responsabilidad es insertarte en el mercado laboral y que permanezcas en él. Por tanto, te propongo que miremos juntos las opciones más probables que podemos llevar a cabo. ¿Estás de acuerdo conmigo en eso?”

Si aún no hay acuerdo puedes pedir a tu cliente que dedique su tiempo a pensar en objetivos más realistas hasta la próxima reunión aparte de los objetivos preferidos que tenía.

Por tanto, si las necesidades del cliente son realistas éstas se pueden llevar a cabo sin influenciar de forma negativa su motivación y al mismo tiempo se pueden consolidar trabajando hacia objetivos realistas. Dependiendo de la situación, sería también aconsejable dar al cliente la posibilidad de probar que sus objetivos son realistas. Por ejemplo, puedes pedir al cliente que busque ofertas de empleo que encajen con su perfil laboral.

ACTIVIDAD 3.5.4

Cuando alcanzas un acuerdo con los objetivos laborales de tus clientes, la atención se centra en responder a la pregunta de cómo alcanzar los objetivos definidos. Para este propósito, se han de elaborar unos pasos necesarios y unas estrategias y los clientes deberían tener conocimiento de las opciones de apoyo existentes. Dependiendo de cómo de difícil y complejo sea la forma de alcanzar los objetivos deseados, puede que sea necesario: elaborar un plan detallado, definir metas provisionales, evaluar cómo de realistas son los pasos a tomar, anticipar acuerdos que puedan resultar un desafío, etc.

El enfoque que elijas para elaborar los objetivos con tu cliente y el plan de acción correspondiente dependerá probablemente del contexto específico en el que trabajas como job broker (ej: grupo objetivo, recursos de tiempo y objetivos organizativos). Para reflexionar sobre tu enfoque personal u organizativo, describe en una página la forma en que procederías durante esa fase. ¿Cuáles son los aspectos importantes a tener en cuenta según tu opinión? ¿qué pasos concretos sigues? ¿Cuáles son las preguntas útiles que harías a los clientes para guiarles a través del proceso de decisión de definir los objetivos y los pasos necesarios para alcanzarlos? ¿Utilizas métodos / herramientas concretas que apoyen tu trabajo en esta fase? ¿Qué apoyo puedes ofrecer para ayudar al cliente a alcanzar sus objetivos?

Después que hayas descrito tu enfoque también puedes hacer un debate para comparar el tuyo con el de otros job broker. Quizás puedas obtener nuevas ideas que hagan tu trabajo más fácil y/o eficiente.



Si no tienes la posibilidad de hacer un debate de grupo, quizás los siguientes ejemplos de preguntas y métodos para el establecimiento de objetivos y la planificación de medidas pueden resultar útil a la hora de reflexionar sobre tu enfoque:

Ejemplos de preguntas para realizar la planificación de medidas con el cliente:

Ya hemos aclarado que trabajo / formación te gustaría tener. ¿Qué pasos concretos te van a acercar a tus objetivos?

Ante el bagaje de competencias y recurso que tienes, ¿cuáles son los primeros pasos necesarios para alcanzar tus objetivos?

Cuando visualizas tu objetivo y elaboras un plan de cómo alcanzar ese objetivo paso a paso, ¿qué paso darías en primer lugar?

Si vas a encontrarte con desafíos en tu camino, ¿cuáles serían y cómo los superarías?

¿Quién o qué podría ayudarte o apoyarte?

Ejemplos de métodos para el establecimiento de objetivos y la planificación de medidas:

“Método, establecimiento de objetivos, comprobación de objetivos” (Anexo 3)

Método “Búsqueda de empleo como proyecto”:

<http://www.naviguide.net/methods/mhbshow.asp?id=510&sid=&look=0&oberthema=0&unterthema=0&zielgruppe=0&art=0&dauer=0&stw=job+search&stwcomp=job+search&aktt=0&zz=25&lang=353&SPage=8&sort=titelauf&Page=1&index=9>)

3.6 El Job Broker como reclutador y comprador

ACTIVIDAD 3.6.1



El Job Broker debe tener un buen conocimiento del funcionamiento del mercado laboral. Para reclutar a job brokers, tendrás que leer y asimilar:

- The **Job Broker Transnational Research Study - Comparative Review and Needs**

Analysis – http://www.projectsgallery.eu/job-broker/wp-content/uploads/2017/04/Job-Broker_Report_Analysis_Final.pdf específicamente el capítulo para tu propio país.

ACTIVIDAD 3.6.2

Redes (también llamadas "networks" o "networking") describen la estructura y mantenimiento de su propia red de contactos. Los objetivos de la red son el intercambio de información, la ayuda mutua y por último pero no menos importante una ventaja profesional. La red se basa en el principio de amistad: cada nuevo miembro trae nuevos contactos. Por tanto, la interrelación resultante se ensancha continuamente.

Las cuatro reglas básicas del networking:

Determinar los objetivos.

¿Qué espero de los contactos? ¿Qué quiero alcanzar con ello? Sólo aquellos que definen sus objetivos, están al tanto de lo esencial y pueden transmitirlo a los demás.

Orden en lugar de muchedumbre.

Una red es igual de valiosa que sus miembros. Quienquiera que entre en tu círculo debería depender de sus objetivos no de las estadísticas.

Primero da, luego recibe.

La mejor forma de empezar es teniendo cosas en común con el trabajo e intercambiar conocimiento. Y sin esperar una compensación. Deberías de dar consejo solo cuando alguien lo pida.

Estáte al día.

Si se establece la conexión, ésta debería profundizar, a través del intercambio de ideas y de reuniones personales. Se han de mantener los contactos.

ACTIVIDAD 3.6.3

Ejercicio: Revisa los puntos básicos.

Determinar los objetivos:

Escribe lo que esperas de tus contactos en tu red de trabajo.

¿Qué pretendes conseguir con estos contactos?

Define tus objetivos para tu red de trabajo y escríbelos.

Orden en lugar de muchedumbre:

Revisa tu red de trabajo.

Escribe las personas que pertenezcan a ella.

¿Quién está perdiendo?

Primero da, luego recibe:

Asegúrate de lo que tienes para ofrecer. Escríbelo.

Estáte al día:

Comprueba los contactos que deberías renovar y mantener. Escríbelos.

ACTIVIDAD 3.6.4

Ahora nos gustaría invitarte a debatir los hallazgos y experiencias con otros job brokers. Las siguientes cuestiones pueden ayudarte en el debate:

Reune lo que sabes:

¿Cómo reclutar a los solicitantes de empleo?

¿Son buenas tus redes de trabajo?

¿Cómo os podeis ayudar?

Junta todo lo que elaboraste y organiza una cooperación futura cuando sea posible.

3.7 Conclusión

El propósito de este módulo para el job broker ha sido cómo trabajar con los solicitantes de empleo. Este módulo cubre, entre otros, el enfoque para el trabajo de un job broker y su auto comprensión. Para que esto funcione, hemos introducido muchos métodos y ejercicios apropiados. Ahora deberías tener el conocimiento básico sobre cómo trabajar de forma efectiva con los solicitantes de empleo y cómo puedes contruir y mantener las redes de trabajo.

| OBJETIVOS DE APRENDIZAJE | ACTIVIDAD | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------|--------------------|------------------|-----------------|--------------------|------------|-----------|---------|---------------------|-------------------|-------------|--------------|------------|
| | 1: Investigación | 2: Estudio de caso | 3: Investigación | 4: Juego de rol | 5: Debate de grupo | 6: Ejemplo | 7: Listas | 8: Idea | 9: Proyecto /Debate | 10: Investigación | 11: Ejemplo | 12: Proyecto | 13: Debate |
| Explicar el enfoque del empoderamiento – trabajar con las fortalezas del cliente y no con sus debilidades – conocimiento de los métodos | x | x | | | | | | | | | | | |
| Conocer las técnicas de coaching y aclarar las funciones y principios de la cooperación (elaboración de perfiles, evaluación de los solicitantes de empleo, técnicas de autoevaluación) | | x | | | | | | x | x | | | | |
| Conocer las técnicas de entrevista y de conversación. | x | | x | | x | | x | | x | | | | |
| Conocer las habilidades específicas y las necesidades de los diferentes grupos de solicitantes de empleo. | | x | x | | x | | x | x | x | | | | |
| Conocer la gestión de conflictos y técnicas para disipar tensiones. | | | | x | | | | | x | | | | |
| Ser capaz de animar y dar estabilidad al cliente. | x | | x | | | | x | | x | | | | |
| Ser capaz de autoreflexionar sobre el trabajo. | | | x | | x | | x | | | | | x | |
| Ser capaz de reclutar y adquirir solicitantes de empleo. | | | | | | | x | x | | x | | | x |

| OBJETIVOS DE APRENDIZAJE | ACTIVIDAD | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------|--------------------|------------------|-----------------|--------------------|------------|-----------|---------|---------------------|-------------------|-------------|--------------|------------|
| | 1: Investigación | 2: Estudio de caso | 3: Investigación | 4: Juego de rol | 5: Debate de grupo | 6: Ejemplo | 7: Listas | 8: Idea | 9: Proyecto /Debate | 10: Investigación | 11: Ejemplo | 12: Proyecto | 13: Debate |
| Ser capaz de comunicarse de forma eficiente y de resolver conflictos (escucha activa, conversaciones motivadoras) | x | | x | | | | x | | | | | | |
| Ser capaz de desarrollar un plan de acción junto con los solicitantes de empleo. | | | | | | x | | x | x | | | | |
| Capacidad para hacer contactos laborales. | x | x | | | | | x | x | | x | x | x | x |
| Capacidad para trabajar en equipo. | | | | | x | | x | | | | | | x |

RECONOCIMIENTOS Y DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye un respaldo de los contenidos. Esta publicación (comunicación) es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Anexos

Anexo 1

Método: Métodos para la orientación profesional en general.

Tema principal: Habilidades y análisis de potencial.

Subtema: equilibrio de competencias / Comparación de imagen de uno mismo con la imagen externa.

Título: Análisis de las competencias – ¿Qué tengo que ofrecer?

Contexto teórico: Con frecuencia, nos centramos en eliminar nuestras debilidades en lugar de reforzar nuestras competencias o destrezas. Sin embargo, cuando no somos completamente capaces de algo o no nos divierte hacerlo, lo comunicamos de manera no verbal. Por tanto, es aconsejable concentrarse más en desarrollar nuestras fortalezas. El objetivo del siguiente ejercicio es determinar el estado actual de las competencias, ej: buscar las fortalezas para centrarse en el futuro.

Tipo de ejercicio: trabajo individual.

Objetivo: Identificación de las fortalezas y de las debilidades.

Fuente: Hesse, Jürgen/ Schrader, Hans Christian: Was steckt wirklich in mir?, 2006, S. 70ff.

Descripción:

El siguiente ejercicio se centra en la autoevaluación de las propias competencias y destrezas.

Para cada característica de la siguiente lista de destrezas, uno de los siguientes números se debe marcar con una cruz (si es necesario, se pueden añadir las características que falten):

+3 = muy bien desarrollado

+2 = bien desarrollado

+1 = un poco mejor desarrollado que la media.

0 = desarrollado de forma mediocre, de forma discreta.

- 1 = ligeramente desarrollado.

- 2 = pobremente desarrollado.

- 3 = desarrollo muy pobre o nada desarrollado.

Después, los participantes evalúan el ejercicio con una lista y dando las puntuaciones oportunas +3, +2, -3, y -2 en los campos correspondientes (ver la “evaluación” adjunta).

¿Qué conclusiones se pueden sacar de la evaluación? ¿Cuáles son las fortalezas que se pueden identificar? ¿Y las debilidades? En base a ello, que segmento del mercado laboral te viene a la mente?

Duración: 2 horas

Materiales: ficha (en el adjunto), bolígrafo y papel.

Comentarios: la gente se vuelve más consciente de sus habilidades y competencias cuando se les pide que se examinen escribiendo sobre ellos. El ejercicio ayuda a los participantes a identificar al menos de tres a cinco características que sirvan como ejemplo de lo que pueden y no pueden hacer.

Sugerencia: para obtener información de la imagen externa de una persona, los participantes pueden repartir copias de las listas con las características en su círculo más cercano (preferiblemente familia y amigos) y pedirles que les evalúen honestamente. De esa manera, se pueden comparar tanto la imagen externa como la interna.

Grupo objetivo: Todos los grupos.

Adjunto para el “análisis de las competencias: ¿qué tengo que ofrecer?” Equilibrio de las competencias

Características grupo 1:

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|---|---|
| Sensibilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Habilidades para escuchar | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad para establecer contacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tener una mente abierta | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disposición a trabajar en equipo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disponibilidad para cooperar | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Adaptabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disponibilidad al compromiso | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Diplomacia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Técnicas de negociación | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Técnicas de integración | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Poder de persuasión | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Entusiasmo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Asertividad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|---|---|
| Capacidad para motivar | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad de expresión verbal (oral) | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad de expresión verbal (escrita) | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Técnicas de retórica | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Espíritu de equipo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disponibilidad para adaptarse | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Habilidades sociales | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Habilidades comunicativas | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 2:

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|---|---|
| Determinación | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Conocimiento de sí mismo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Responsabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Espíritu crítico | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Auto control | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Fiabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tolerancia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Intrepidez | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disponibilidad para asumir la responsabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 3:

| | | | | | | | |
|-------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|
| Tolerancia al riesgo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad decisoria | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disposición para la seguridad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disposición para delegar | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad para delegar | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Resiliencia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tolerancia al estrés | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Entusiasmo por la vida | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Flexibilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Representación de activos | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 4:

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|---|---|
| Apoyo en la motivación del trabajo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tener empuje | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad de liderazgo / motivación | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Iniciativa | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Autonomía | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Perseverancia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Auto-confianza | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Ambición | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Sentido del propósito | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tenacidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tolerancia a la frustración | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Orientado a los logros | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Energía | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Vitalidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Compromiso | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Idealismo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Disponibilidad a identificarse con la compañía | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 5:

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|
| Autonomía | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Confianza en uno mismo | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Sentido de la responsabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Independencia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Fiabilidad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Auto disciplina | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tolerancia al estrés | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Resistencia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Resiliencia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Paciencia | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Sentido del deber | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Lealtad | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 6:

| | | | | | | | |
|------------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|
| Pensamiento analítico | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Planificación conceptual | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Enfoque sistemático | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Pensamiento combinado | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Organización del trabajo eficiente | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad decisoria | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Características del grupo 7:

| | | | | | | | |
|--|----|----|----|---|---|---|---|
| Ser consciente de los costes / beneficios. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tener espíritu emprendedor. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Organizar el trabajo de forma sistemática. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Capacidad para definir objetivos. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Eficiencia del trabajo. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Materialismo saludable. | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Aptitud física | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Bienestar físico | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Estado mental | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Autoregulación | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Evaluación

Características del grupo 1 (personalidad, técnicas sociales y de comunicación):

Características del grupo 2 (autonomía):

Características del grupo 3 (comportamiento relacionado con la capacidad de decisión):

Características del grupo 4 (estar motivado para el rendimiento):

Características del grupo 5 (autocontrol y energía):

Características del grupo 6 (actuación y pensamiento sistemático orientado hacia los objetivos):

Características del grupo 7 (características generales esenciales):

Anexo 2

Título: El camino educacional

Contexto teórico: vivir la vida de cada uno significa tomar decisiones. La decisión que te toma entre varias opciones, dependiendo de las circunstancias del contexto así como de las normas sociales, puede tener resultados diferentes. Sin embargo, no siempre somos conscientes de las consecuencias de una decisión cuando la tomamos. Estos resultados pueden ser más inciertos cuando las consecuencias de haber tomado una decisión no se sienten en el futuro cercano (por ejemplo la elección de un colegio). Reflexionar sobre el propio camino vocacional y educacional y las decisiones que se han tomado significa ser consciente de las consecuencias que las acciones de uno tienen. En base a eso, podemos planear nuestra vida de forma independiente y proactiva.

Tipo de ejercicio: trabajo de grupo pequeño e individual, debate grupal.

Objetivo: comprender los temas recurrentes de la vida, reflexionar sobre el camino vocacional y educacional que se ha tenido.

Fuente: Donders, P.: Kreative Lebensplanung. Entdecke deine Berufung. Entwickle dein Potential - beruflich und privat, Asslar: Gerth Medien GmbH 1997, S. 47 ff.

Descripción:

Fase individual: El formador pide a los participantes que dividan la hoja en 4 columnas. La primera columna tiene el título de “camino vocacional /educacional”, el segundo se titula “Técnicas de motivación (para utilizar/para adquirir)”, el tercero “circunstancias para la motivación “ y el último “Experiencia adquirida”. Ahora, los participantes hacen una lista con las

diferentes etapas de su camino educativo y profesional y apuntan las competencias y capacidades que les han motivado en las etapas respectivas, así como las técnicas especializadas y el conocimiento que han adquirido.

Fase con un grupo pequeño (2-3 participantes): Ahora los participantes forman pequeños grupos y reflexionan sobre los resultados de los conocimientos de las etapas educativas / vocacionales y sus circunstancias.

Debate grupal: Por último, los pequeños grupos ilustran sus resultados en una pizarra y los presentan al resto de compañeros. Después de que cada grupo haya presentado sus ideas, los participantes debaten sobre las estrategias generales que se pueden establecer.

Duración: 2-3 horas

Materiales: Bolígrafo y papel.

Comentarios: Cuando tomamos una decisión sobre nuestros estudios o el trabajo, normalmente no somos conscientes de las ventajas y desventajas de esa decisión. Reflexionar sobre el camino vocacional y educacional ayuda a entender los temas habituales de la vida de una persona. Conocer nuestro pasado es un prerequisite esencial para aceptar el presente y planificar nuestro futuro de manera autónoma.

Grupo objetivo: todos los grupos.

Anexo 3

Método: Método de orientación vocacional para la generación más mayor.

Tema principal: Orientación, determinar el estado actual de cada uno, replanteamiento, activación y motivación.

Título: establecimiento de objetivos, objetivos, revisión de objetivos.

Contexto teórico: En épocas de desempleo o reorientación laboral, resulta crucial establecer unos objetivos precisos: ¿Qué quiero alcanzar? ¿Qué posibilidades tengo? ¿Que debería hacer exactamente?, etc. Los objetivos deberían ser realistas, factibles, precisos, con plazo y atractivos.

Tipo de ejercicio: trabajo individual, por parejas y debate en grupo.

Objetivo: Definir y establecer objetivos individuales, analizar su factibilidad, determinar unos pasos precisos para su implementación y crear compromiso con uno mismo.

Fuente: método común, basado en las técnicas de preguntas sistemáticas y en las ideas sobre la definición de objetivos.

Descripción: todo el grupo decide un marco de referencia colectivo, por ejemplo, todos los participantes centran sus objetivos laborales en el marco colectivo XY. Primero, cada participante completa la primera página de la hoja de trabajo (“Normas para el trabajo individual”, en el adjunto) de forma personal y define sus objetivos. Luego, los participantes se ponen por parejas y justifican sus objetivos mediante entrevistas recíprocas (“Normas para la entrevista”, en el adjunto). Después de 20 minutos, los participantes intercambian los papeles: el que ha sido entrevistado se convierte en entrevistador y viceversa.

Duración: 1 hora 25 minutos

Materiales: Copias de las fichas adjuntas con las preguntas clave.

Grupo destinatario: gente mayor, gente que se encuentra en una reorientación laboral, gente desempleada.

Documento(s): Abajo

Documento adjunto para “Establecer objetivos – Objetivos – Revisión de objetivos”

Normas para el trabajo individual

Mi objetivo para _____ hasta _____

Explica en detalle: ¿Qué quieres exactamente? Sugerencia: Imagina que has alcanzado tu objetivo. ¿Qué ha cambiado en tu situación actual?

Divide tu objetivo estratégico en sub-objetivos y establece unos plazos para ellos. ¿Cuándo vas a llevar a cabo cada paso?

Planifica tus recursos: ¿Cuánta confianza tienes para alcanzar tu objetivo? ¿Qué te haría incluso más optimista? ¿Qué o quién podía ser de ayuda?

Normas para la entrevista

Haced las siguientes preguntas:

Describe tu éxito: imagina que has alcanzado tu objetivo / respondido la pregunta / solucionado el problema. ¿Ha cambiado algo tu nueva situación respecto la anterior? ¿Cómo sabes que has

Describe el camino para alcanzar tu objetivo. ¿Cuáles son los pasos más importantes y los sub-objetivos? ¿Hay algún paso factible, pequeño y preciso que puedas dar hasta el próximo lunes y que te ayude a estar un poco más cerca de tu objetivo? ¿quién va a notar la diferencia y cómo?

