

Módulo 1: El Plan Estratégico y el Plan de Acción

1.3.2 El Plan de Acción

¿Qué hábitos específicos de pensamiento y acción necesitas para ser una persona capaz de alcanzar los objetivos que te has marcado?

El Plan de Acción está conformado por los objetivos de rendimiento que nos hemos marcado y por las actuaciones que podemos poner en práctica para alcanzarlos, evaluando en el corto plazo si las estamos llevando a cabo, si las estamos realizando de la manera que nos hemos propuesto y si están resultándonos útil para ver más cerca de nosotros la consecución del objetivo final.

No tiene demasiado sentido hablar de planes de acción en genérico. Cada Plan de Acción depende de las áreas de mejora detectadas en la etapa de autoconocimiento y de los objetivos de rendimiento que hayamos establecido para trabajarlas.

Si nuestro objetivo se refiere a la búsqueda de empleo por cuenta ajena o a la generación de empleo por cuenta propia, es posible que en nuestro Plan de Acción incorpore actuaciones vinculadas a la formación en materias importantes para nuestro objetivo en las que no tenemos las competencias necesarias o a la experiencia laboral en la misma línea.

En el ejemplo de referencia, uno de los objetivos de rendimiento era “dedicar un tiempo semanal al autoaprendizaje en la red sobre la materia (community management). Se trata de un objetivo de formación teniendo en cuenta una limitación de recursos económicos. Para fijar un Plan de Acción en esta dirección, la persona puede establecerse diferentes tareas como: a) identificar materias concretas sobre las que aplicarse (twitter, linkedin, estrategias para conseguir más seguidores, detección de público objetivo, etc); b) identificar cursos gratuitos y otras websites con marketing de contenidos en los que ofrecen información y consejos de calidad al respecto; c) temporalizar el proceso, fijando plazos de aprendizaje y horarios de trabajo de forma realista.

La formación siempre suele estar presente en los Planes de Acción, y no podemos olvidar que su coste se ha elevado bastante en los últimos años. Como indicábamos en el ejemplo, una buena alternativa es aprovechar webs y blogs con marketing de contenido o recurrir a los MOOCS (Massive Online Open Courses); píldoras formativas abiertas, gratuitas, online, que aportan bastante valor al alumnado. Algunas de las plataformas más conocidas son las siguientes:

Google – Actíivate

www.google.es/landing/activate

Coursera

<https://www.coursera.org/>

Unimooc

<http://unimooc.com/>

Open2study

<https://www.open2study.com/>

Uned

<https://unedcoma.es/>

Edx

<https://www.edx.org/>

La experiencia profesional suele estar presente también en los Planes de Acción, especialmente si el objetivo final es conseguir un puesto de trabajo. En ese caso la persona se puede orientar a identificar diferentes oportunidades para realizar unas prácticas profesionales y si esa vía resulta complicada (cada vez es más difícil acceder a prácticas aún teniendo un carácter no remunerado), tratar de conseguir esa experiencia acudiendo a otras opciones como pequeñas colaboraciones con entidades o incluso un programa de voluntariado.

Los procesos de comunicación online y offline

¿Y qué es lo que ya funciona?

En el proceso de autoconocimiento no sólo detectamos áreas de mejora, sino también fortalezas. **Muchas de estas fortalezas pueden constituir elementos diferenciales que nos caracterizan positivamente**, y en el ejercicio de aprovechar las potencialidades que el medio nos ofrece, **su comunicación directa o su utilización para generar contenidos y mensajes en el entorno online y offline es crucial**.

Un Plan de Acción no se basa únicamente en las áreas de mejora, sino que puede incorporar acciones tendentes a comunicar lo que sí funciona, lo que nos diferencia, nuestros puntos fuertes, el valor que podemos aportar a los demás con nuestro quehacer como personas, trabajadores y/o emprendedores. En el siguiente módulo analizaremos con más detalle estas cuestiones.