

SEMINARIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

Cristóbal
López de Toro
@lopezdetoro

tajamar.

FP + Professional Education

PRESENTACIÓN

- Te cuento algo sobre mi
 - Director financiero (pero eso no es lo importante)
 - Coach profesional y personal
 - Procesos de selección de empresas

- Cuéntame algo sobre ti:
 - Nombre
 - Estudios
 - Experiencia profesional
 - Objetivo profesional / trabajo ideal

- Encuesta

EL MEJOR TRABAJO DEL MUNDO

MULTIMEDIA | BLOGS | ESPECIALES | ENCUENTROS | OPINIÓN | OBITUARIOS | Servicios | RSS | Tu mundo | Hemeroteca | El tiempo | °C | °C

el mundo.es | Comunicación
Líder mundial en español. 12 millones de lectores al mes; 1,3 al día

en Google en elmundo.es

PORTADA | ESPAÑA | MUNDO | DEPORTES | ECONOMÍA | VIVIENDA | CULTURA | CIENCIA | SALUD | TECNOLOGÍA | COMUNICACIÓN | TV | SOLIDARIDAD

Enviar a un amigo
Valorar
Imprimir
En tu móvil
Pásalo

PUBLICIDAD | Campaña en Australia

Cien mil dólares por 'trabajar' como turista en una isla tropical



Una playa paradisíaca en Queensland, Australia. (Foto: Tourism Australia)

Efe | Australia
Actualizado miércoles 14/01/2009 21:08 horas

El departamento de Turismo del estado australiano de Queensland ha lanzado una campaña de publicidad que en realidad es un concurso, cuyo ganador conseguirá un contrato de trabajo remunerado con un sueldo de 100.000 dólares estadounidenses (76.000 euros) por vivir como turista en una isla tropical durante seis meses.

Noticias más leídas | Blogs más leídos | Últimas noticias

- 1. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 2. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 3. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 4. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 5. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 6. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 7. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 8. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 9. ¿Qué es el 'trabajo'?
- 10. ¿Qué es el 'trabajo'?

Ver lista completa

■ Enlaces:

- <https://www.youtube.com/watch?v=sQtdGoBwtDc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=AsNeL1w6bks>

MI PROPÓSITO



 **PROPÓSITO**

¿QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS DE SUS EMPLEADOS?



Encuesta online febrero 2018 a empresas: muestra 1.062 responsables selección

LAS COMPETENCIAS QUE DEMANDAN A PREFILES JUNIOR

Tabla 4.3.1. Competencias más demandadas presente Junior

COMPETENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
Compromiso	10,79%
Trabajo en Equipo	9,19%
Iniciativa/Proactividad	8,79%
Idiomas / Habilidades lingüísticas	8,39%
Flexibilidad	7,29%
Gestión del cambio / Adaptabilidad al cambio	5,89%
Resiliencia (Inteligencia Emocional)	5,79%
Orientación a resultados	5,49%
Orientación al cliente (Atención al cliente)	5,49%
Conocimiento técnico - Competencias técnicas	5,39%
Innovación	4,80%

Gráfico 4.3.1. Comparativo competencias más demandadas presente y futuro próximos perfiles Junior

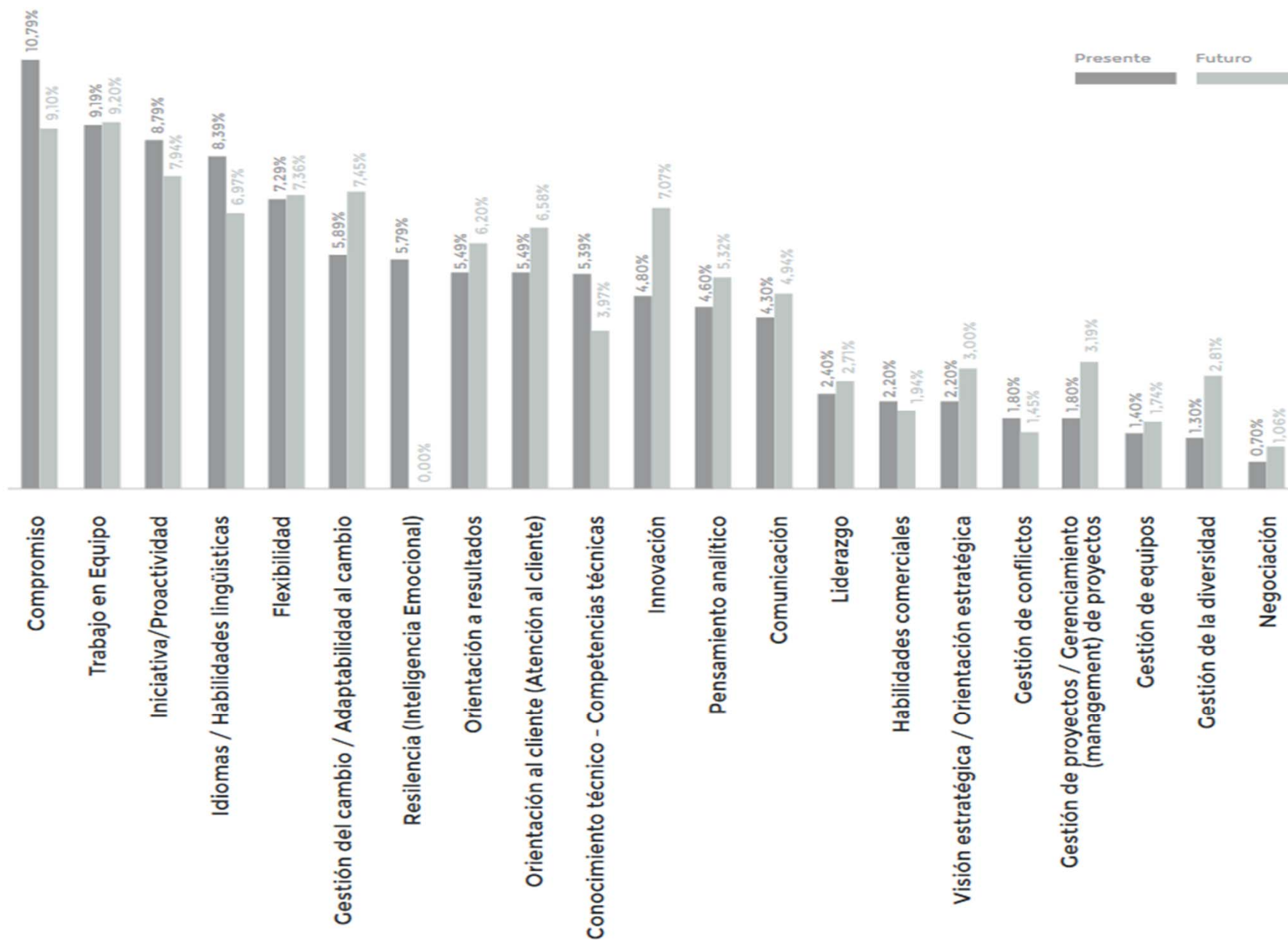


Gráfico 4.3.1.1. Competencias más demandadas presente y futuro próximo perfiles senior

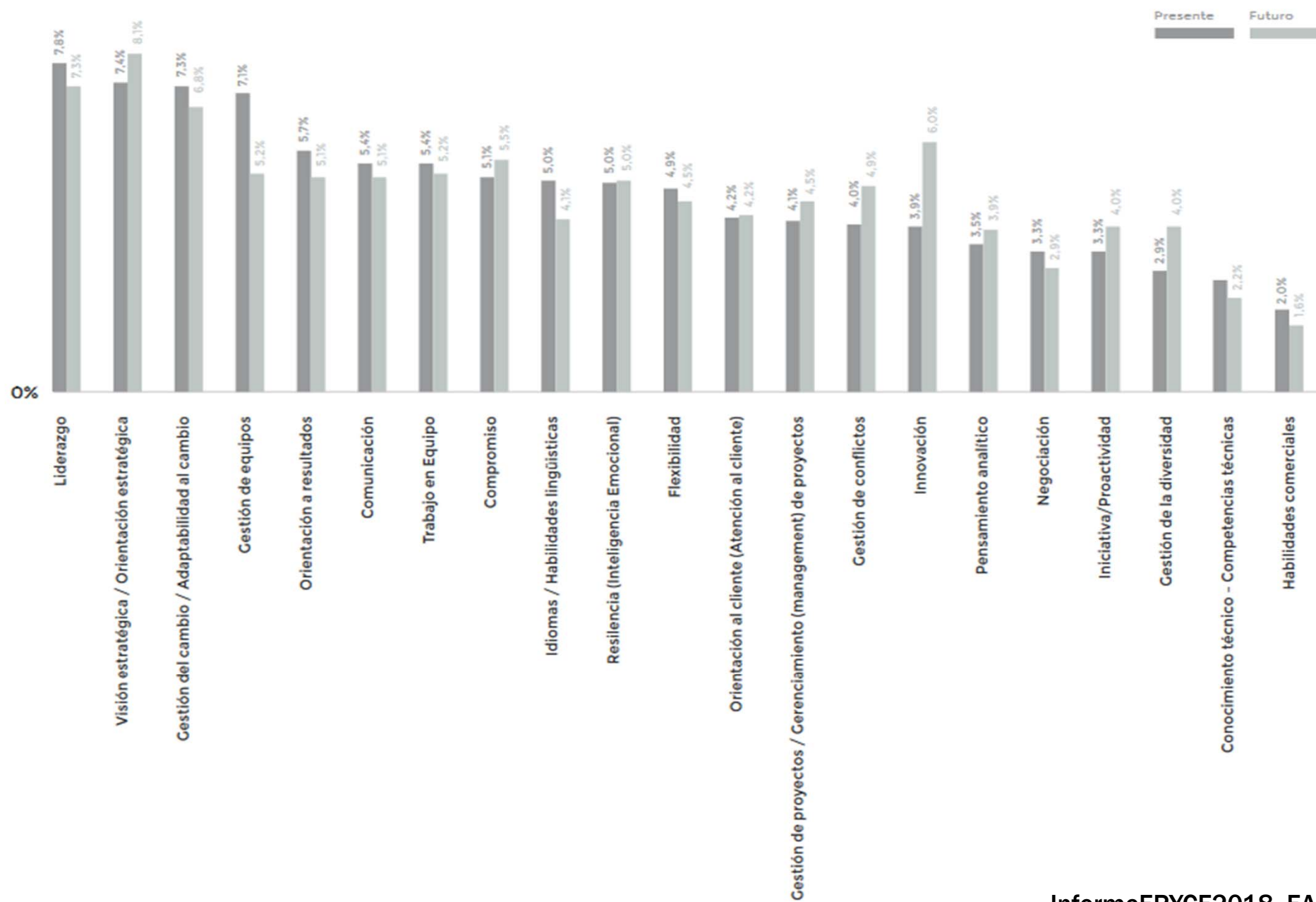
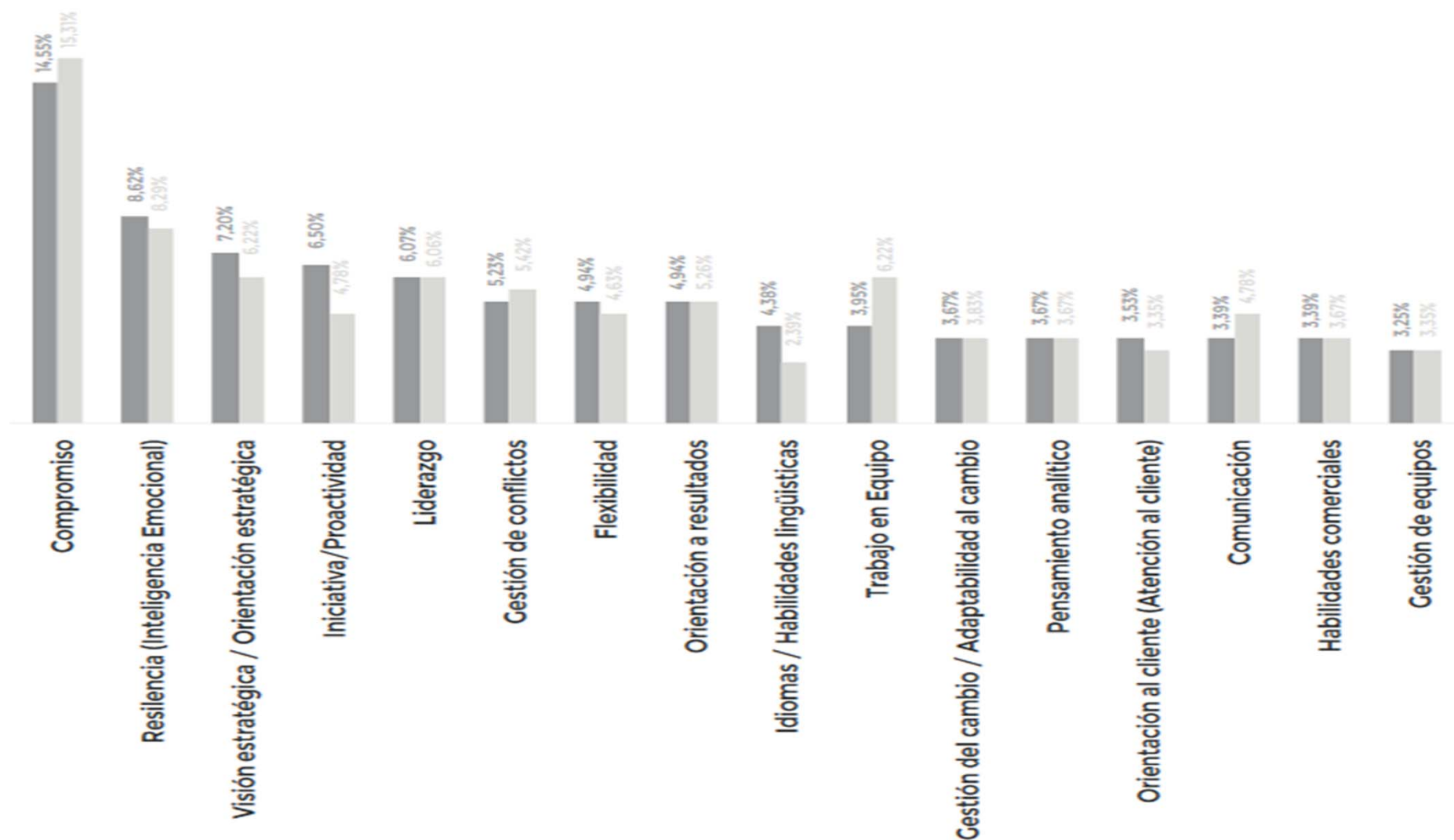


Gráfico 4.3.3.3. Comparativo competencias más escasas presente y futuro próximo perfiles Junior



PERSONAL BRANDING

tajamar.

FP + Professional Education

¿QUÉ ES EL *PERSONAL BRANDING*?

- Personal Branding es la rama del marketing que se dedica a construir y optimizar nuestra marca personal con vistas a conseguir unos objetivos previamente establecidos por nosotros.
- Todos, aunque no seamos conscientes de ello, tenemos una marca personal que está proyectando un mensaje al mundo de quienes somos, qué hacemos y cómo lo hacemos.

RAZONES POR LAS QUE TRABAJAR TU MARCA PERSONAL

- Te permite ser conocido por tus targets.
- Te diferencia del resto de profesionales.
- Te posiciona como experto en tu especialidad.
- Permite que otras personas te vean como un líder.
- Tu networking va a ser más efectivo que nunca.
- Te facilita encontrar socios y colaboradores para nuevos proyectos.
- Crea a tu favor muchas oportunidades nuevas relacionadas directamente (o no) con tu profesión.
- Te facilita sobremanera encontrar tu trabajo deseado.
- Te permite conseguir nuevos clientes para tu negocio.
- Facilidad en la promoción de tus proyectos.

COMO HACER UN BUEN PERSONAL BRANDING

- **Fase 1: Conóciate a ti mismo e identifica tus targets**
 - Conocerse bien uno mismo
 - Habilidades y destrezas
 - Identifica tu nicho de mercado
 - Identifica tus targets

- **Fase 2: Planifica la campaña de personal branding**
 - Tener un centro de operaciones (blog)
 - Imagen personal y tu eres tu marca
 - Utilizar diferentes canales de social media
 - Comentar en otros blogs/social media

- **Fase 3: Trabaja de forma sistemática**

la marca personal según
soymimarca



área visible que facilita
el networking.
muchos trabajan sólo esta zona,
dejando sin profundidad
la marca personal
y con un posicionamiento
confuso y efímero.



curriculum

competencia

¿cómo puedo llegar?

¿hacia dónde quiero ir?

¿cómo me ven?

¿cómo he llegado ahí?

entorno

habilidades

formación

educación

genética

¿quién soy?

área no visible,
donde se trata la estrategia
de marca personal.
sin un impulso a la superficie,
sin visibilidad,
la persona
no consigue comunicar
sus atributos de marca.

MEJORAR MIS COMPETENCIAS

- En lo primero que debo mejorar es en mí mismo, por lo tanto, debo aprender a hacerlo
- Tengo que dedicar tiempo a mi formación personal asistiendo a cursos, charlas y espacios de reflexión
- Debo leer libros y textos que me edifiquen como ser humano
- Tener un buen “coach” me puede ayudar
- El desarrollo de competencias personales de autoliderazgo me puede ayudar

¿PORQUÉ ES NECESARIO TENER METAS?

- Clarifica lo que quieres
- Te motiva a la acción
- Te ayuda a filtrar oportunidades
- Superar la resistencia
- Celebrar el éxito



Si no sabes hacia
qué puerto quieres ir
ningún viento te
será favorable.

VAMOS ALLÁ

- *“Este año voy a ir al gimnasio y voy a perder peso”*
 - ¿Cuánto peso vas a perder? ¿En cuánto tiempo? ¿Cómo lo piensas hacer?
- *“A partir de ahora buscaré un trabajo mejor que el que tengo”*
 - ¿Qué significa mejor?
- *“Voy a empezar mi propio negocio”*
 - ¿En qué sector? ¿Cuántos recursos necesitas? ¿Estás capacitado?
- *“Voy a ahorrar más dinero”*
 - ¿Cuánto dinero? ¿Con qué objetivo?

CÓMO DEBEN DE SER LAS METAS

- **Medibles (*Measurable*):** si no se pueden medir, no están bien definidas y no se podrá realizar seguimiento
- **Asequibles (*Attainable*):** deben de ser realistas teniendo en cuenta las circunstancias personales
- **Relevantes (*Relevant*):** Deben constituir un reto que valga la pena asumir
- **Específicas (*Specific*):** referirse a comportamientos concretos, evitando ambigüedad
- **Seguibles (*Trackable*):** establecer hitos de progreso para evaluar el avance realizado

PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

tajamar.

FP + Professional Education

ACTITUDES DE LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

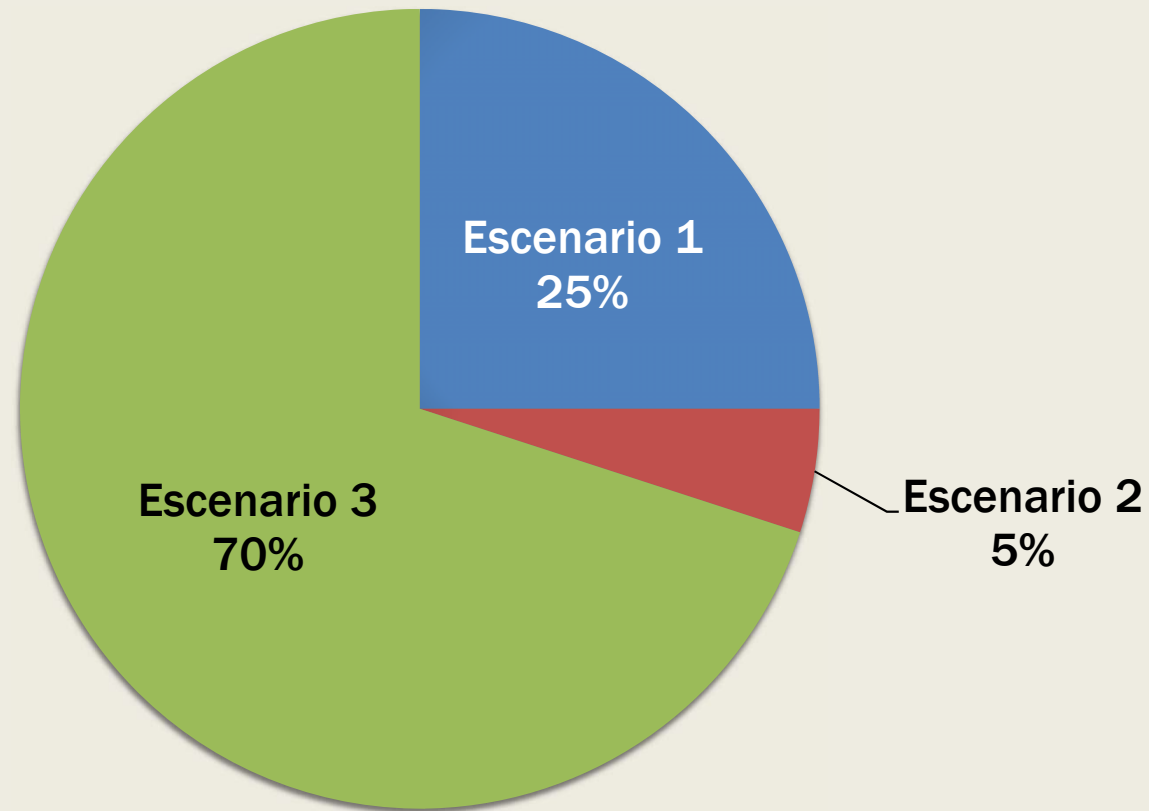
- Mantenerse positivo
- Pensar que ya se tiene un trabajo
- Relajarse
- No mantener la búsqueda en secreto
- Abstenerse de criticar (si estamos en transición)
- Mantenerse ocupado

PROACTIVIDAD

COMPRENDER EL PROCESO DE CONTRATACIÓN

- La productividad en la búsqueda también depende de entender cómo funciona el proceso de contratación.
- No como se supone que se juega, sino como se juega realmente.
- *Escenarios del proceso de contratación:*
 - *Escenario 1: La base de datos de candidatos*
 - *Escenario 2: El puesto creado*
 - *Escenario 3: El candidato conocido*

¿CÓMO SE CONTRATA?



Conclusión: ampliar mi red de contactos todo lo que sea posible

MODELO DE LAS 10 ETAPAS

- La metodología AIM y sus 10 etapas ayudan a organizar la búsqueda y a medir el progreso mientras avanza.
- Secuenciamos la metodología en tres bloques resumidos como AIM:

Analizar Oportunidades

Implementar su Búsqueda

Manejar la Transición

LAS 10 ETAPAS

■ Analizar Oportunidades

- ETAPA 1: Estudie su entorno profesional
- ETAPA 2: Determine su objetivo profesional
- ETAPA 3: Cree su estrategia de comunicación y CV
- ETAPA 4: Defina su mercado diana

■ Implementar su Búsqueda

- ETAPA 5: Recopile información del mercado
- ETAPA 6: Transmita su mensaje
- ETAPA 7: Entrevistas con responsables de contratación
- ETAPA 8: Considere otros métodos de búsqueda

■ Manejar la Transición

- ETAPA 9: Entrevistas, ofertas y negociación
- ETAPA 10: Transición al nuevo puesto

A – ANALIZAR OPORTUNIDADES

- La fase de evaluación del entorno y su propia preparación para la búsqueda se recoge en las Etapas 1-4. Las Etapas 2, 3 y 4 comprenden el plan de marketing.

ETAPA	RESULTADO
1. Estudie su entorno profesional	Ser capaz de resumir el estado actual de su profesión y su sector
2. Determine su objetivo profesional	Poder exponer su objetivo profesional en una frase o párrafo
3. Cree su estrategia de comunicación y CV	Tener una estrategia de comunicación que sea adecuada para su objetivo profesional
4. Defina su mercado diana	Establecer criterios claros para definir su mercado diana

I – IMPLEMENTAR LA BÚSQUEDA

- Lanzarnos al mercado y poner en marcha el plan de búsqueda. Las actividades principales incluyen investigación sobre empresas y sectores, y conversaciones con nuestra red de contactos.

ETAPA	RESULTADO
5. Recopile información del mercado	Tener un flujo continuo de información sobre sus empresas diana
6. Transmite su mensaje	Tener conversaciones relacionadas con la búsqueda con entre 10 y 15 personas a la semana
7. Entrevistas con responsables contratar	Estar completamente preparado para responder a las preguntas difíciles
8. Otros métodos de búsqueda	Anuncios de prensa e internet, trabajar el canal de intermediarios (HH, empresas de selección o ETTs), campañas de candidatura espontánea.

M- MANEJAR LA TRANSICIÓN

- La etapa 9 nos orienta sobre el manejo de entrevistas y el proceso de negociación y la etapa 10 culmina el proyecto de búsqueda, que sólo termina cuando se ha preparado bien para tener éxito en el nuevo puesto y tiene un plan definido para la gestión de su carrera a más largo plazo.

ETAPA	RESULTADO
9. Entrevistas, ofertas y negociación	Haber localizado, negociado y aceptado el puesto que quiere
10. Transición al nuevo puesto	Haber concluido su búsqueda de forma que le posicione para gestionar su carrera eficazmente en el futuro

OBJETIVO PROFESIONAL

tajamar.

FP + Professional Education

OBJETIVO DE ESTA ETAPA

- Un objetivo profesional orienta su búsqueda, establece el tono para su currículum, y le ayuda a seleccionar y priorizar sus contactos y su listado de empresas. Sin un objetivo profesional no puede desarrollar un plan de acción eficaz.
- Su objetivo profesional ha de estar relacionado con quién es y qué es importante para usted, con su visión de carrera, valores, rasgos, habilidades, intereses y experiencia global.

HA FINALIZADO ESTA ETAPA CUANDO...

- Puede resumir su objetivo profesional en una frase para que el tipo de trabajo que está buscando sea claramente comprendido por las personas que trabajan dentro y fuera de su profesión.

DETERMINE SU OBJETIVO PROFESIONAL

- ¿Cuáles son mis intereses? ¿Con qué disfruto? ¿Qué tipo de actividad o entorno me atrae?
- ¿Qué hago mejor? ¿Cuáles son mis (3) habilidades o competencias más fuertes?
- ¿Qué me diferencia de los otros que están buscando un puesto parecido?
- ¿Cuáles son mis valores y prioridades? ¿Qué es importante para mí? ¿Cómo encaja el trabajo con los otros aspectos de mi vida?
- ¿Cómo sería mi trabajo ideal? ¿Cómo quiero que sean mi vida y mi trabajo de aquí a cinco años?
- ¿Cómo describiría mi personalidad? ¿Cómo encajan con mi objetivo profesional?
- Considerando todo lo anterior, ¿es realista mi objetivo profesional?

ACCIONES SUGERIDAS

- Elabore una lista de opciones que le interesen.
- Evalúe sus intereses, valores, habilidades y preferencias.
- Confirme su autoevaluación hablando con dos o tres personas.
- Considere otras alternativas de carrera como una forma de determinar cómo podría transferir sus habilidades a otras funciones o sectores.
- Cree una visión de carrera de lo que quiere que sea su vida profesional en tres o cinco años.
- Si está considerando opciones por cuenta propia, investigue este camino cuidadosamente y evalúe cómo sus habilidades, intereses y valores apoyan su interés.
- Anote sus logros relacionados con el trabajo para poder identificar claramente sus habilidades y rasgos, identificar mercados potenciales y presentarse eficazmente.
- Haga un boceto de una frase que describa de forma concisa el tipo de trabajo que está buscando.

EVALUARSE A SI MISMO

- ¿Qué hace mejor?
 - Sus habilidades, conocimientos y competencias.
 - Sus características personales.

- ¿Qué le gusta hacer? ¿Cuáles son sus prioridades en la vida?
 - Sus intereses.
 - Sus valores.
 - Sus motivaciones.
 - Sus preferencias personales.

EVALUAR HABILIDADES

- **Cosas que puede hacer**

- Los empleadores quieren saber las acciones concretas que llevaría a cabo, por ejemplo, para “organizar una presentación efectiva” o “coordinar un proyecto transversal en tiempo y presupuesto.”

- **Cosas que sabe**

- Los trabajos requieren conocimientos además de habilidades. Los empleadores quieren saber si tiene los conocimientos esenciales para el puesto. CCNA, Contabilidad analítica, SAP, inglés fluido.

- **Roles que puede desempeñar**

- Los empleadores quieren saber cómo puede combinar habilidades, conocimiento y características personales para cumplir con los roles concretos del lugar de trabajo.

LOGROS Y HABILIDADES

■ 1º) Identificar logros.

- Cada logro es un indicador de una o más habilidades en acción, a veces combinadas con las características personales adecuadas.

■ 2º) Desarrollar la historia para cada logro y ver qué habilidades utilizó.

- Estas historias de logros serán útiles más adelante de otras formas. Le permitirán aumentar la efectividad de su CV y le darán más impacto en las entrevistas.

DESARROLLAR LOGROS CON SOAR

- Técnica SOAR es una guía para desarrollar historias de logros que muestren sus habilidades.

Situación —————→ Describa la situación.

Obstáculos —————→ Describa los obstáculos con los que se ha enfrentado.

Acciones —————→ Haga una lista de las acciones realizadas.

Resultados —————→ Describa los resultados que ayudó a obtener y los beneficios.

EJERCICIO PRÁCTICO

- Desarrollo de un logro SOAR

- Situación
- Obstáculos
- Acciones
- Resultados

- ¿Cuáles son las principales habilidades reflejadas en ese logro?

COMPETENCIAS / HABILIDADES

Competencias estratégicas:

- Visión de negocio
- Visión de la organización
- Gestión de recursos
- Orientación al cliente
- Networking
- Negociación

Competencias interpersonales:

- Comunicación
- Carisma
- Coaching
- Trabajo en equipo
- Delegación
- Gestión de conflictos

Competencias personales externas:

- Iniciativa
- Optimismo
- Ambición
- Gestión del tiempo
- Gestión del estrés
- Gestión de la información

Competencias personales internas:

- Toma de decisiones
- Equilibrio emocional
- Autocontrol
- Integridad
- Autocrítica
- Autoconocimiento
- Aprendizaje

EVALUARSE

- ¿Qué tres competencias cree que le describen mejor?
¿Los logros que ha desarrollado las demuestran claramente?
- Evaluar características personales
 - Autoevaluación
 - Evaluación externa (amigo, familiar, conocido)
- Evaluar valores personales
 - ¿Qué es lo valioso en nuestras vidas?
- Valorar condiciones laborales
 - Tanto físicas como psicológicas

RESUMEN DE LA AUTOEVALUACIÓN

■ Habilidades y competencias:

1.

2.

3.

■ Valores:

1.

2.

3.

■ Características personales:

1.

2.

3.

■ Otros aspectos importantes:

1.

2.

3.

Objetivo profesional A:

Objetivo profesional B:

Experiencia, formación y logros clave que apoyan ese objetivo profesional: