

3. Itinerarios formativos y profesionales.

Una vez realizado un análisis interno y externo, hay que marcarse un objetivo a seguir. ¿Cómo se conseguirá ese objetivo? Creando un itinerario.

Itinerario es la dirección y descripción de un camino con expresión de los lugares, accidentes, paradas, etc... Que existen a lo largo de él.

Los itinerarios formativos y profesionales pueden ser planteados tanto por personas con una ocupación definida que desean mejorarla para ajustarse al mercado laboral, como por personas que aún no tienen una ocupación definida.

Construyendo pequeños objetivos que llevarán a la consecución de un objetivo final:

1. Marcarse un objetivo profesional:

- Mejorar el perfil profesional establecido acorde a las exigencias del mercado, teniendo en cuenta su experiencia, expectativas e intereses con el fin de favorecer la inserción y/o promoción personal.
- Si aún no se tiene perfil profesional el objetivo debe marcarse en función del perfil individual, intereses, habilidades y actitudes.

El tiempo que dedicamos a definir nuestro objetivo profesional lo tenemos que ver como una inversión que dará sus frutos en un futuro no muy lejano, ya que aumentará la eficacia de cada paso que demos en el mercado laboral. Conocerse a uno mismo más allá de lo que quisiera ser o le gustaría hacer, buscando lo que en realidad se es, nos conducirá definitivamente a encontrar nuestro perfil profesional lo que podemos aportar al mercado laboral.

¿Qué es el objetivo profesional?

Es la ocupación “ideal” para cada persona y a partir de la cual se define el proyecto profesional que no es otra cosa que la planificación estratégica para la consecución de sus objetivos profesionales.

Deberemos saber: ¿Qué queremos? Intereses y motivaciones. ¿Qué podemos? Aptitudes, actitudes, formación y experiencia.

2. Una vez marcado, se debe analizar la profesión que se desea conseguir.

Objetivo Profesional: puesto que se desea desempeñar

Formación requerida

Características personales necesarias

Habilidades y actitudes favorables

Experiencia en la profesión

Funciones y tareas del puesto

Riesgos profesionales

¿Qué es un perfil ocupacional? ¿Cómo se elabora?

Consiste en la descripción de las habilidades que un trabajador debe tener o tiene para ejercer eficazmente un puesto de trabajo.

Compuesto por:

- Resultados que debe lograr en el desempeño de una función laboral.
- Los contextos en los que ocurre ese desempeño.
- Lo que debe saber
- Las habilidades que debe poseer
- Las actitudes que debe mostrar
- Las evidencias que debe aplicar para demostrar la competencia.

3. Realizar una matriz DAFO, con el fin de conocer las debilidades y fortalezas personales y las posibles amenazas y oportunidades externas para la profesión que desea desempeñar o mejorar.

Matriz DAFO

Factores internos: Perfil Profesional

Debilidades

Fortalezas

Factores externos: Mercado Laboral

Amenazas-Oportunidades

Existen multitud de pruebas de autoevaluación para saber cuál es tu perfil profesional:

- Test de competencias profesionales: Quiero empleo evalúa tus competencias.
<http://www.quieroempleo.com/web/common/competences/CompetenceLevel.aspx>
- Test de logro (Psicoactivo.com) <https://www.psicoactiva.com/tests/test-del-logro.htm>
- Test de competencias e intereses profesionales

Consiste en definir el perfil profesional con sus fortalezas y debilidades.

- *¿Qué son las fortalezas?*

Son aquellas competencias laborales que consideramos bien desarrolladas por medio de las cuáles hemos alcanzado logros profesionales y que nos permiten proyectarnos en nuevos desafíos laborales.

- *¿Qué son las debilidades?*

Son aquellas competencias laborales que nos cuestan más y sobre las cuales debemos trabajar para ir mejorando día a día, evitando que nos obstaculicen el camino del crecimiento profesional.

Finalmente debe:

- Valorar si puede **acreditar competencias** profesionales adquiridas mediante formación o experiencia, con el fin de conseguir un Certificado de Profesionalidad o curso de Formación Profesional que le capacite para el desarrollo de una actividad laboral.
- Decidir previa información, **la formación que se ajusta más a su perfil**, atendiendo a las necesidades del mercado laboral y a sus intereses y considerando las vías posibles.
- Crear posibles **vías de mejora** de las características personales, actitudes y habilidades, para ajustar su perfil al demandado por el mercado laboral.

La marca personal está constituida por las características propias que te hacen diferenciarte del resto de profesionales de tu misma especialidad y que te permite comunicar al mundo quien eres, que haces y cómo lo haces, convirtiendo dicha marca en una huella que habla de ti aun cuando no estás presente.

Una marca tiene un importante componente emocional. Por eso para gestionar bien tu marca personal no solo tienes que trabajar en ofrecer un trabajo bueno desde el punto de vista técnico sino que también en el desarrollo de dicho trabajo y las relaciones que se establecen debe proporcionar una agradable experiencia.

Marca personal Web 2.0

Es tu esencia como persona y profesional, el resultado es proporcional al esfuerzo que realices, en la Red no solo lo que somos sino lo que podemos llegar a ser. Es una inversión a largo plazo.

A través de la Red podremos mostrar aspectos que conforman nuestra marca personal como:

- ✓ **Credibilidad:** Crear percepciones positivas en los demás
- ✓ **Conocimientos:** Los conocimientos que a lo largo de nuestras vidas profesionales y personales hemos ido adquiriendo de esta forma los reclutadores conocerán que podemos llegar a aportar a sus compañías.
- ✓ **Capacidades:** Mostrar nuestras capacidades al público adecuado.
- ✓ **Perfil 2.0:** Estar presentes en la Red e interactuar con la comunidad.
- ✓ **Interés:** Alguien que decide gestionar en la Red su identidad está demostrando su interés de forma pública.
- ✓ **Proactividad:** El profesional que muestra sus capacidades se anticipa para que las cosas ocurran.
- ✓ **Confianza en sí mismos:** El exponerse públicamente transmite seguridad en sí misma.

Un docente de Formación Profesional para el empleo o docente ocasional de formación no formal debe gestionar su marca personal de manera cuidadosa y es recomendable que diseñe su propio plan estratégico.

Planificación estratégica:

Proceso de desarrollo y ejecución de los procesos a seguir para la consecución de unos propósitos u objetivos.

Toda planificación estratégica debe contar con:

- **Misión:** Gestionar el conocimiento de nuestro grupo de aprendizaje para que cada persona aprenda y desarrolle una serie de competencias profesionales.

- **Visión:** Convertirnos en referentes de formación de nuestra especialidad por nuestra capacidad de ejercer influencia y transformar a las personas más allá del desarrollo de una competencias laborales concretas.
- **Valores:**
 - *Compartir:* el conocimiento no es propiedad de nadie).
 - *Innovar:* La formación como proceso inacabado de búsqueda de formas nuevas de dirigir procesos de aprendizaje.
 - *Experimentar:* Las ideas, conceptos y teorías son útiles cuando transforman al individuo y su contexto y lo llevan irremediabilmente a la acción.
 - *Emocionar:* El aprendizaje está muy vinculado a las emociones.
 - *Inspirar:* La formación ayuda a que pasen cosas más allá de la experiencia formativa.
 - *Conversar:* Generar conversaciones es una de las claves para realizar experiencias de aprendizaje.

Desarrollar tu propio plan de marketing personal te va a permitir usar las mismas armas que las empresas utilizan para ser competitivas en un mercado altamente exigente y que pueden serte de gran ayuda para enfrentarte a tu mercado específico, el mercado de formación.

Marketing es el conjunto de estrategias que conducen a la satisfacción de las necesidades del cliente de forma rentable para la empresa y cuyo objetivo fundamental es la captación y fidelización de los clientes.

Se trata de la forma de concebir y ejecutar la formación comercial relacionando satisfacción de la demanda -oferta y la obtención de beneficios

Estrategia de marketing, centrar la atención en las cuatro P's del marketing:

- **Producto:** Cualquier bien, servicio o idea que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del consumidor.

Identificar qué es lo que ofreces, cuáles son las características de tus servicios formativos, cuál es el valor diferencial de lo que aportas a tu trabajo respecto de la competencia o de otros docentes de tu misma especialidad.

- **Precio:** No es sólo la cantidad de dinero que se paga por el producto sino también el tiempo utilizado para conseguirlo y el esfuerzo y las molestias para obtenerlo.

En Formación Profesional para el Empleo, las cantidades económicas asignadas al pago de los servicios docentes vienen especificadas en la resolución que la Administración Laboral emite cuando se asigna un curso a una entidad colaboradora.

- **Plaza (place), distribución:** Tiene como misión poner el producto demandado a disposición del mercado de manera que se facilite y estimule su adquisición por el consumidor.

La Formación Profesional para el Empleo se caracteriza por intentar dar respuestas formativas adaptadas al territorio y a las necesidades de cada lugar, por ello es muy flexible en cuanto a espacios y lugares donde se imparten acciones formativas de esta modalidad.

- **Promoción:**
 - Conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el producto y de persuadir al mercado objetivo de que lo compre a quien lo ofrece.
 - La promoción está muy relacionada con la publicidad, también es importante lo que tu alumnado diga de ti.
 - Gestionar tu red de contactos es otra forma de promocionar tus servicios.
 - Networking: estrategia de promoción que consiste en el establecimiento de una red profesional de contactos que te permita darte a conocer, escuchar y aprender de los demás.

Compartir conocimiento es precisamente la misión principal de un docente. Herramientas que te pueden servir para gestionar adecuadamente tu red social y así facilitar la tarea de compartir conocimiento. Compartir te va a permitir gestionar tu marca personal, conseguir visibilidad y construir una buena reputación profesional.

1ª Herramienta: Gestionando tu blog

- Un blog es un tipo de página web donde se publican artículos, noticias, historias, experiencias, etc... que aparecen en orden cronológico inverso.
- Dos de los servidores más importantes son blogger y wordpress.
- Va a permitir opinar, reflexionar, explicar, comentar, presentar sobre una temática profesional concreta.

2ª Herramienta: Perfil en redes sociales profesionales

- Las redes sociales profesionales virtuales comunicarte con profesionales y empresas, comunicar tu perfil y tu trayectoria profesional.
- Las redes sociales profesionales más populares son LinkedIn y Xing.
- Son una poderosa herramienta para comunicar tus objetivos profesionales, tus logros, tus proyectos y tus intereses.

3ª Herramienta: Gestionar tu perfil en Facebook.

- Facebook es una potente herramienta de comunicación para comunicar tu marca personal y ganar visibilidad y proyección profesional.
- Cuenta lo que haces a nivel profesional, comparte información interesantes para que te sigan a nivel profesional y a nivel personal. Tu manera de comportarte puede convertirte en alguien influyente en cuanto a tus comentarios, publicaciones y noticias.

4ª Herramienta: Gestionando tu perfil en Twitter.

- Twitter es un servicio de microblogging, un blog en el que publicas noticias cortas a las que puedes añadir una imagen o un enlace a cualquier sitio web.
- Importante elegir la cuenta, seleccionar bien a las personas que sigues. Permite estar en contacto con multitud de personas que de otra forma sería casi imposible seguir.
- Usos: Contar que estás haciendo a nivel profesional (reuniones, clases...), promocionar tu página web, seguir eventos, publicar ideas poderosas, compartir noticias, seguir a profesionales relevantes de tu especialidad, proponer temas de debate etc...

La huella digital es lo que internet dice de ti. Gestionar tu huella digital significa conformar una identidad digital coherente, interesante y adecuada a tus objetivos profesionales que hable bien sobre ti y que produzca un efecto positivo entre tus colaboradores, empleadores o alumnado.

Algunas aplicaciones:

- Slideshare: permite compartir tus presentaciones en Power Point
- YouTube: Permite compartir videos o películas
- Issuu: Permite compartir cualquier tipo de archivo de texto.

En resumen:

Podemos definir el perfil profesional como el conjunto de características personales, formación, experiencia laboral y habilidades de actitudes que poseemos. Basadas en el itinerario formativo y profesional que hemos seguido que comprende (la formación reglada, formación no reglada y formación permanente) (las aptitudes, actitudes, motivaciones, intereses y experiencias). Enmarcado en el contexto socio-laboral donde podemos observar las tendencias del mercado laboral, los yacimientos de empleo y las modalidades de empleo dentro de la empresa privada, administración pública, autoempleo y trabajo a distancia.

4. Actividades prácticas.

▪ ACTIVIDAD PRACTICA 1

- Realizar de forma individual una hoja resumen del perfil profesional:
 - a) Actitudes
 - b) Cualidades
 - c) Habilidades
 - d) Nivel de estudios
 - e) Formación complementaria
 - f) Experiencia laboral
 - g) Disponibilidad
 - h) Situación personal

▪ ACTIVIDAD PRACTICA 2

Realizar individualmente un análisis del tejido empresarial de la zona.

▪ ACTIVIDAD PRACTICA 3

Elaborar de forma individual el perfil profesional:

- ✓ Identificaremos formación, experiencia, expectativas, intereses y actitudes hacia el empleo realizando un balance y determinando nuestras fortalezas y debilidades.
- ✓ Relacionaremos nuestro perfil profesional con las exigencias del mercado laboral.
- ✓ Definiremos un itinerario formativo y profesional que responda a nuestros objetivos e intereses para la mejorar de su cualificación profesional.