



Vicerrectorado de
Política Académica
Universidad Zaragoza



Desarrollar tu carrera profesional

Ángela Asensio Martínez, Pedro José Ramos Villagrasa,
Carmen Picazo Lahiguera, Bárbara Olivan y Alejandra Aguilar
Latorre



Universidad
Zaragoza

Carrera profesional

Trayectoria que sigue una persona a lo largo de toda su vida laboral

PERSPECTIVA INDIVIDUAL

PERSPECTIVA ORGANIZACIONAL



Carrera profesional

Planificar

Establece tus metas u objetivos

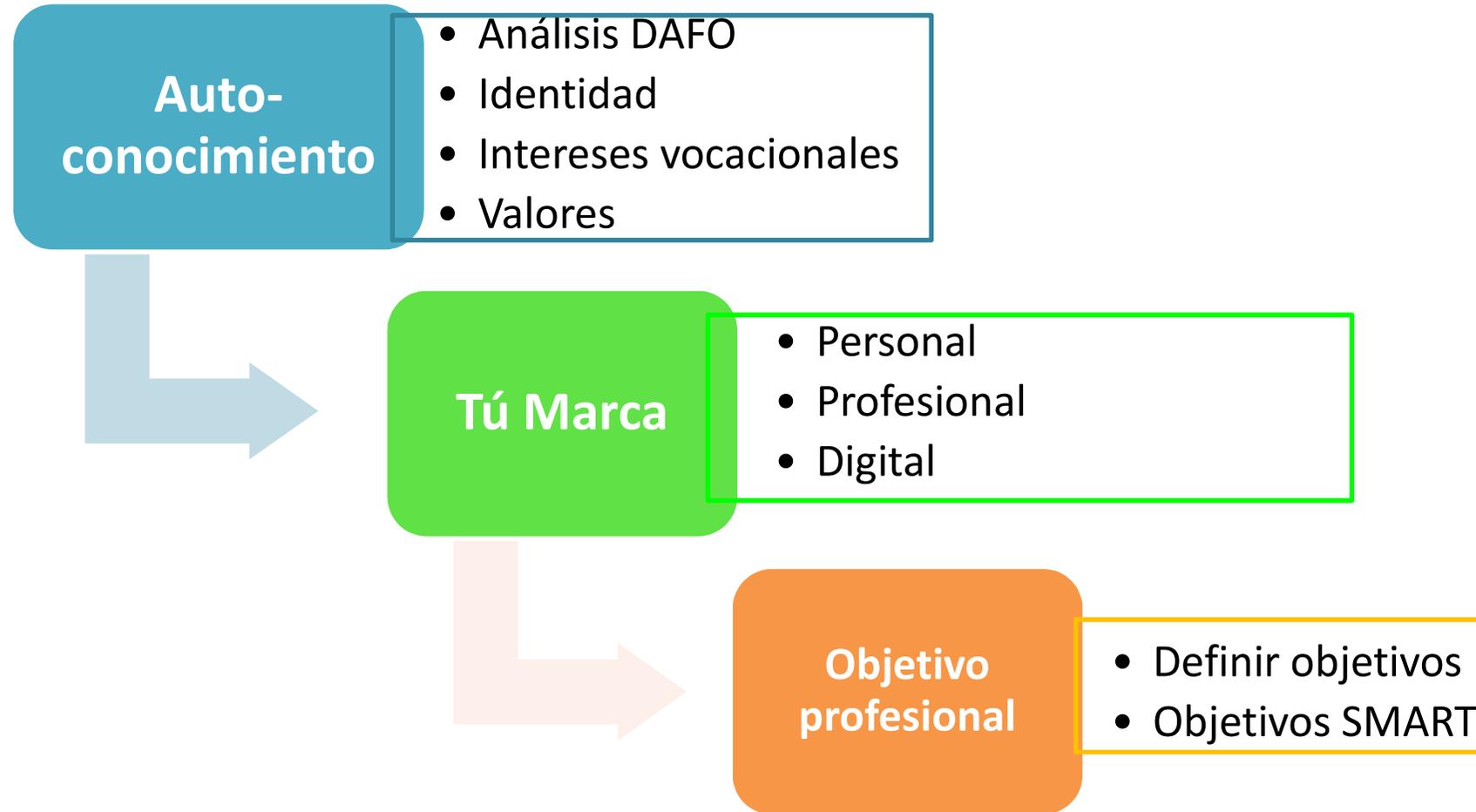
Identifica los recursos y los medios para lograrlos

Es tu responsabilidad

Gestionar

Responsabilidad compartida entre individuo y organización

¿Cómo lo hago?



Autoconocimiento

- ¿Qué le dirías sobre ti a alguien que te acaba de conocer?
- ¿Qué valores me definen como persona?
- ¿Qué me diferencia del resto de los profesionales?
- ¿Qué cosas me hacen disfrutar?
- ¿Cuáles son mis áreas de mejora?

→ *¿Te resulta difícil responder?*

Fundamental identificar los aspectos más esenciales que nos definen como persona: *preferencias, gustos, habilidades, fortalezas, debilidades, prejuicios, valores y creencias.*

Definir un plan de acción exitoso.

Autoconocimiento

DAFO Personal:

- Identifica cuáles son tus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que te van a ayudar a definir la estrategia adecuada



Autoconocimiento

DAFO Personal

Variables Internas	Variables Internas
<p>Fortalezas</p> <p>¿Qué atributos me permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de mis colegas?</p>	<p>Debilidades</p> <p>¿Qué características me suponen un obstáculo respecto al resto de mis colegas?</p>
<ul style="list-style-type: none">- Elementos internos y positivos.- Capacidades y actitudes propias y singulares.- Acción: explotar fortalezas aprovechando las oportunidades	<ul style="list-style-type: none">- Elementos, recursos, habilidades, etc. Que constituyen una barrera para lograr las propias metas.- ¿Qué perciben los demás como debilidades?- Acción: corregir estas debilidades aprovechando las oportunidades

Autoconocimiento

DAFO Personal

Variables Externas	Variables Externas
<p>Oportunidades</p> <p>¿Qué aspectos externos me ayudan a impulsarme a conseguir mis objetivos?</p>	<p>Amenazas</p> <p>¿Qué aspectos me dificultan llegar a mi meta personal?</p>
<ul style="list-style-type: none">- Factores positivos que se generan en el entorno.- Recursos que acercan el conseguir la propia meta.	<ul style="list-style-type: none">- Situaciones negativas externas a la persona.- ¿Qué ofrecen mis competidores?- Amenazas que pueden dificultar la adaptación al entorno.- Acción: afrontar las amenazas apoyándote en las propias fortalezas

Autoconocimiento

DAFO Personal: Ejemplo



Autoconocimiento

Tú propio DAFO:

DEBILIDADES

- ¿Qué puedes mejorar?
- ¿Tienes menos ventajas que otros?

AMENAZAS

- ¿Qué te podrías distraer?
- ¿Qué hace tu competencia?

OPORTUNIDADES

- ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance?
- ¿De qué tendencias te puedes beneficiar?

FORTALEZAS

- ¿En qué eres bueno/a?
- ¿Tienes algo que te diferencie?

Identidad

Identidad

Conjunto de significados que definen quién es uno en la sociedad, en el grupo particular, o como persona única.

Identidad personal

Autopercepción y autoconcepto, de uno mismo como individuo único y diferente de los demás.

Identidad laboral

Percepción de uno mismo como agente trabajador en una posición laboral determinada presente y futura (ejercicio de roles en contextos de trabajo)

Identidad

- *IDENTIDAD PÚBLICA:*

Pide a 3 personas de tu entorno (familia, amigos y compañeros de trabajo), que identifiquen 3 aspectos que se te dan bien y 3 aspectos a mejorar, con situaciones que lo argumenten. Conseguirás una visión 360º de tu análisis DAFO. Debes contrastar las percepciones de los demás con las tuyas propias y evaluar el “gap” o sesgo que puede existir entre las diversas apreciaciones.

- Beneficios:

- ✓ Incrementa tu autoconocimiento: Obsérvate desde nuevos puntos de vista.
- ✓ Cuida tu autoestima: Descubre el impacto de tu día a día en tu autoestima.
- ✓ Alcanza tus propósitos: Consigue las metas que te propongas disfrutando del camino.

Intereses vocacionales

- Foco en la persona y su desarrollo durante su vida profesional, en una o en varias organizaciones.
- Relevante para la gestión de los recursos humanos, ya que es importante conocer las actitudes de las personas en función de sus expectativas de carrera.
- Basado en los **Modelos de elección profesional y orientación vocacional:**
 - Modelo RIASEC de Holland (1965).
 - Modelo de los anclajes de carrera de Schein (1996)

podcast

Intereses vocacionales

Modelo RIASEC de Holland (1965):

- La elección de una vocación es una expresión de la personalidad.
- Seis diferentes tipos de personalidad que corresponden a seis diferentes ambientes de trabajo.
- Todas las personas tienen intereses en todas las áreas, aunque con distinta intensidad.



¿Cuáles son las tuyas?



Intereses vocacionales

PERSONALIDAD	AMBIENTES DE TRABAJO
Realista	Les gusta trabajar con sus manos. Prefieren actividades físicas que requieren habilidades, fuerza, coordinación etc. Personas prácticas, persistentes e inflexibles entre otras características.
Investigadora	Prefieren actividades de pensar, organizar y comprender. Les gusta analizar las situaciones y trabajar con conceptos. Personas analíticas, racionales, curiosas e independientes
Artista	Utilizan la manipulación de materiales para crear formas de arte o productos. Les gusta expresar ideas y sentimientos y disfrutan de ambientes con pocas reglas. Personas imaginativas, intuitivas, y expresivas.
Social	Prefieren hacer cosas para ayudar o enseñar a otros, y estar en compañía de otros. Personas empáticas, generosas y amigables.
Emprendedora	Prefieren actividades que ofrecen la posibilidad de influir en los demás. Les gusta persuadir, supervisar, y guiar a otros individuos hacia metas. Personas con autoconfianza, ambiciosas y asertivas.
Convencional	Prefieren actividades ordenadas, definidas y reglamentadas. No les gusta la ambigüedad. Personas cuidadosas, metódicas.

Intereses vocacionales

Modelo de los anclajes de carrera de Schein (1996):

- Conocer los elementos que motivan a las personas permitirá una mejor planificación de la carrera.
 - Se agrupan en torno a un *anclaje de carrera*: define y determina los objetivos de la persona, guían las decisiones relacionadas con el trabajo y el desarrollo de carrera.
- Enlaza las teorías de desarrollo de carrera y las teorías de intereses vocacionales:
 - De la misma forma que los intereses vocacionales, los anclajes de carrera permiten a las personas dirigirse hacia determinados tipos de trabajo, en función del anclaje mostrado.



¿Cuáles son los tuyos?

Intereses vocacionales

ANCLAJE	TIPO DE TRABAJO
De seguridad	Buscan ante todo seguridad y estabilidad y permanencia dentro de la organización. Quieren un trabajo seguro y sin riesgos.
De creatividad	Experimentan la necesidad de inventar, emprender, desarrollar, o formar algo por su cuenta.
De autonomía/ independencia	Buscan su propio estilo a todos los niveles, huyen de las normas y restricciones de las empresas. Buscan organizaciones donde tenga un alto nivel de independencia.
De Dirección	Buscan dirigir y coordinar a otros, organizar. Les gusta participar en la toma de decisiones de la empresa, así como ejercer responsabilidades. Miden el éxito según las promociones o la responsabilidad en la empresa.

Intereses vocacionales

ANCLAJE	TIPO DE TRABAJO
Técnico/ funcional	Quiéren especializarse en un área muy técnica como ingenieros, físicos, matemáticos, programadores, etc. Su interés se concentra principalmente en el contenido del trabajo.
De puro desafío	Buscan retos y desafíos imposibles u oponentes poderosos contra los que competir. Si la empresa no les ofrece retos o desafíos interesantes, se irán en busca de ello a otras empresas.
De carrera de servicio o dedicación	Compromiso profundo con los demás, buscan ayudar a otros, aportar valor.
De estilo de vida	Anteponen la vida familiar al trabajo por lo que buscan cualquier trabajo que se adapte a sus necesidades familiares.

Intereses vocacionales

- **ANCLAJES:**
 - Revisa y modifica, si así lo consideras, lo escogido previamente en:
 - ✓ El Modelo RIASEC de Holland (1965): vocación – personalidad
 - ✓ El Modelo de los anclajes de carrera de Schein (1996)
 - Reflexiona: ¿Qué tipo de carrera piensas que te gustaría perseguir?
 - Analiza:
 - ✓ ¿Encaja con tus anclajes?
 - ✓ ¿Piensas que el grado de encaje es una consideración importante?
¿Por qué?

		Habilidades	
		Bajo encaje	Alto encaje
Anclaje	Bajo encaje		
	Alto encaje		

Valores

– Diferenciar entre...

VISIÓN

Tu sueño,
ambición, destino
final que quieres
lograr

¿Qué quieres
lograr en la vida?

MISIÓN

Tu razón de ser, tu
cometido

¿Qué harás para
conseguirlo?

VALORES

Límites en los que
basas tus
decisiones

¿Hasta dónde
estás dispuesto a
llegar?

Valores

- Objetivos vitales que tiene una persona en la vida, lo que es importante para ella, aquello por lo que le gustaría ser recordado/a tras su muerte.
- Dan calidad y sentido a nuestros actos.
- Vínculo fundamental entre nuestras creencias y nuestro comportamiento.
- Para que una acción perdure en el tiempo debe tener un sentido global, que encaja dentro de nuestros valores.



Valores

VALORES	Objetivo perseguido
RELACIONES FAMILIARES	Ejemplo: «Mantener una relación fluida con mis dos hijos y sus familias»
MATRIMONIO/PAREJA	Ejemplo: «Tener una relación conyugal satisfactoria, auténtica y comprometida»
AMISTADES Y RELACIONES SOCIALES	
TRABAJO Y CARRERA PROFESIONAL	
EDUCACION Y DESARROLLO PERSONAL	
TIEMPO LIBRE Y OCIO	
ESPIRITUALIDAD	
CIUDADANÍA, POLÍTICA E INQUIETUDES SOCIALES	
ECOLOGISMO Y NATURALEZA	
SALUD Y BIENESTAR	



Valores

- Lo importante no es tener unos valores u otros.
- Todos son valiosos y la relevancia que cada individuo les otorga es un tema personal.
- El objetivo clave es poder identificar tus valores y tener claro la importancia que tiene cada uno de ellos en tu vida.
- Hay dos razones básicas para esto:
 1. Para poder ser congruente con tus valores.
 2. Para poder constituir la base de acciones comprometidas.

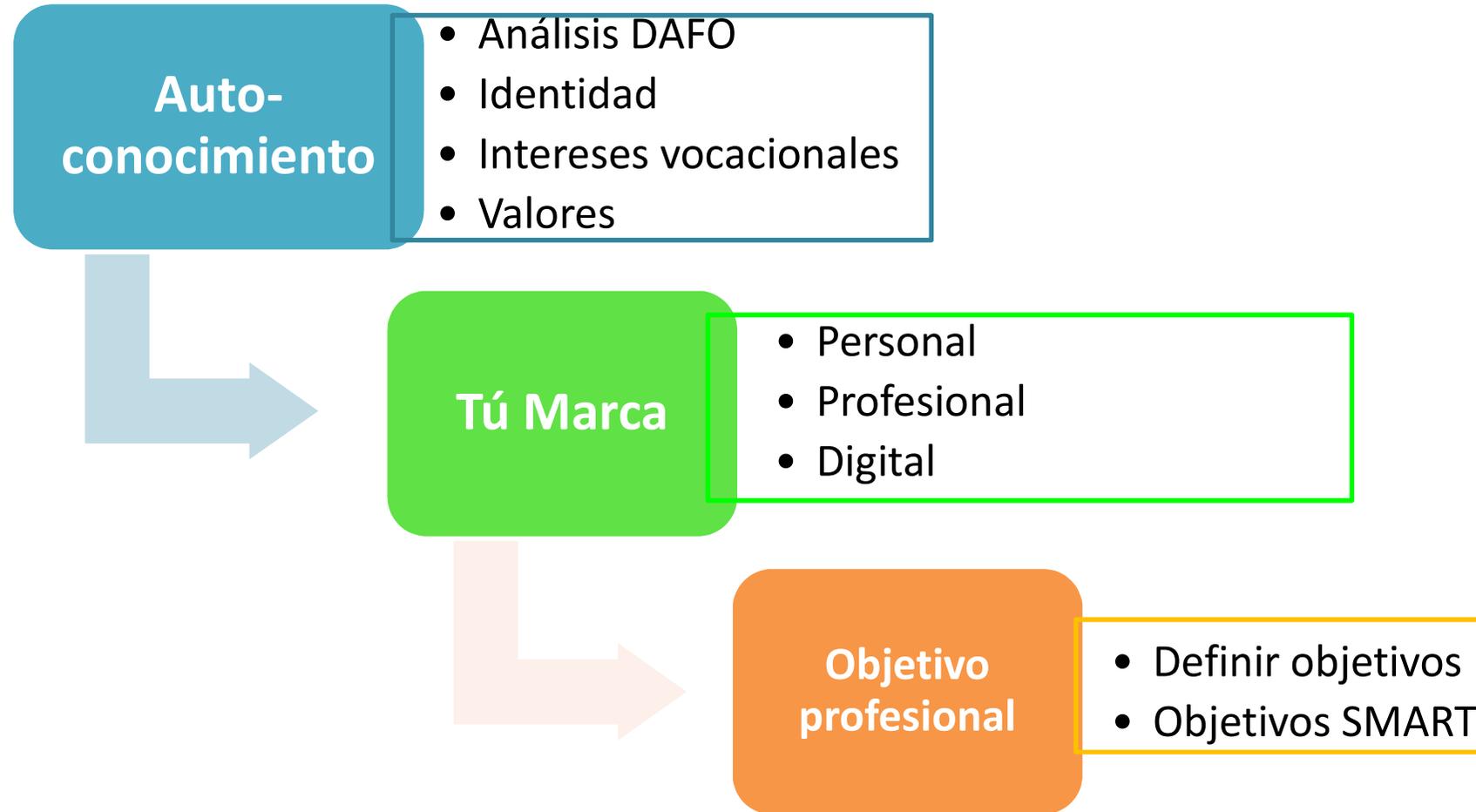
*¿Es importante?
Por qué*

Valores

- Analiza tu congruencia de valores:
 - ✓ Consecuencias de la Incongruencia de los valores
 - ✓ Consecuencias de la Congruencia de los valores

LA CONGRUENCIA DE VALORES			
VALORES	IMPORTANCIA (0-10)	TIEMPO DEDICADO (0-10)	CONGRUENCIA (alta-media-baja)

¿Cómo lo hago?



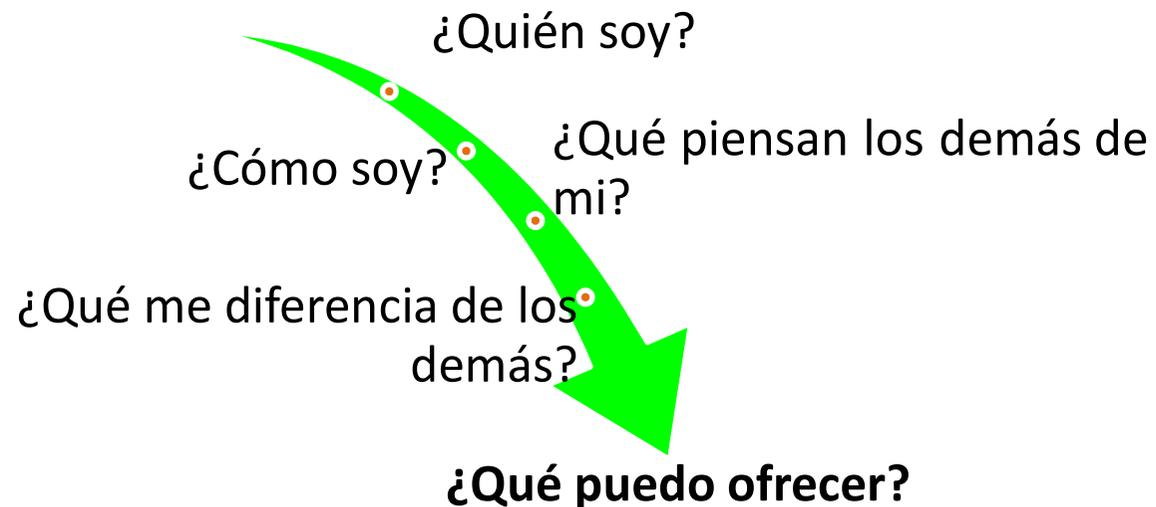
Tú Marca



- *Marca personal:*
 - Huella que dejas en los demás: “lo que piensan de ti cuando piensan en ti”.
 - Te identifica y es intransferible: “una combinación única de talento (fortalezas) y valores”.
- *Marca profesional:* cómo diferenciarse y conseguir mayor éxito profesional.
- *Marca digital:* conjunto de informaciones publicadas en Internet sobre nosotros.

Tú Marca

- *Marca personal y profesional:*
 - Todas las personas generamos percepciones en los demás.
 - En un entorno profesional es de gran valor que otras personas nos identifiquen por aquello en lo que somos buenos y podemos aportar más valor.
 - Analiza tú marca personal:



Tú Marca

Tú Marca:

- *Marca personal y profesional:*

1. ¿Quién soy? Y ¿Cómo soy?: DAFO, anclajes, identidad pública y valores.
2. ¿Qué piensan los demás de mi?:
 - ✓ ¿Cómo te definirían?
 - ✓ ¿Qué dicen de ti?
 - ✓ ¿Para qué puestos o tipos de proyectos piensan en ti?
 - ✓ ¿Qué valor te reconocen?

Tú Marca

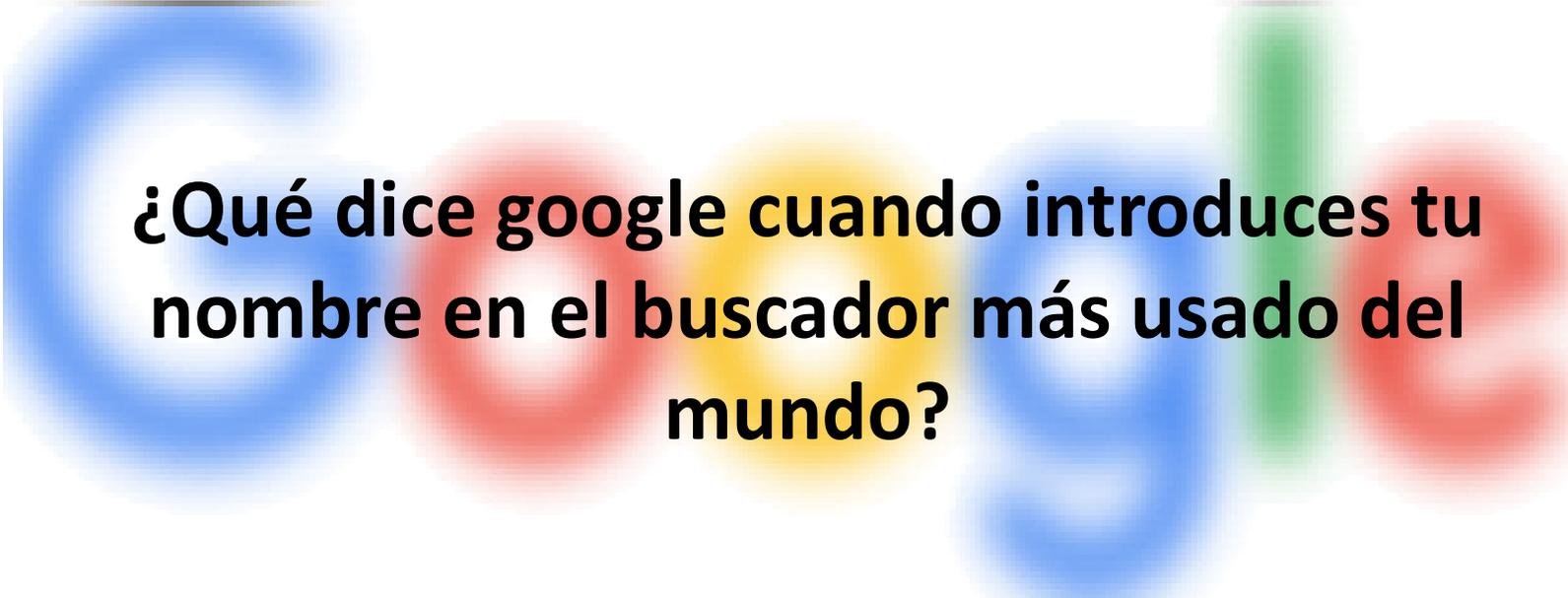
Tú Marca:

- *Marca personal y profesional:*

3. ¿Qué me diferencia de los demás?
 - ✓ ¿Quiénes son nuestra competencia y que nos diferencia de ellos?
 - ✓ ¿Qué vendemos?
 - ✓ ¿El mundo necesita lo que ofrezco?
 - ✓ ¿Quién, además de necesitarlo, estaría dispuesto a pagar por ello?
 - ✓ ¿Me apasiona?
 - ✓ ¿Lo hago muy bien?
4. ¿Qué puedo ofrecer?. Crea tu propuesta de valor utilizando la técnica “Elevator Pitch”.
 - ✓ **Sé conciso y positivo**
 - ✓ Despierta algo de curiosidad y transmite emociones.

Tú Marca

- *Marca digital:*

A large, blurred version of the Google logo, consisting of its characteristic four colors: blue, red, yellow, and green. The text is centered over the logo.

¿Qué dice google cuando introduces tu nombre en el buscador más usado del mundo?

Tú Marca

- *Marca digital:*
 - Conjunto de informaciones publicadas en Internet sobre nosotros: datos personales, imágenes, noticias, comentarios, gustos, amistades, aficiones, etc.
 - Todos estos datos nos describen en Internet ante los demás y determinan nuestra reputación digital, es decir, la opinión que los demás tienen de nosotros en la red.
 - Puede construirse sin que se corresponda exactamente con la realidad.
 - El entorno “on line” es casi tan importante como nuestra área de influencia física.

Tú Marca

- *Marca digital:*
 - Responde a estas preguntas para poder definir tu estrategia de visibilidad en el entorno digital:
 - ¿Qué te gustaría que alguien encontrara si te buscara en google?
 - ¿Con qué “palabras clave” podrían llegar a ti?
 - ¿Qué medios y canales puedo usar para posicionarme en internet y que mis potenciales clientes, las empresas o los headhunters, me encuentren?

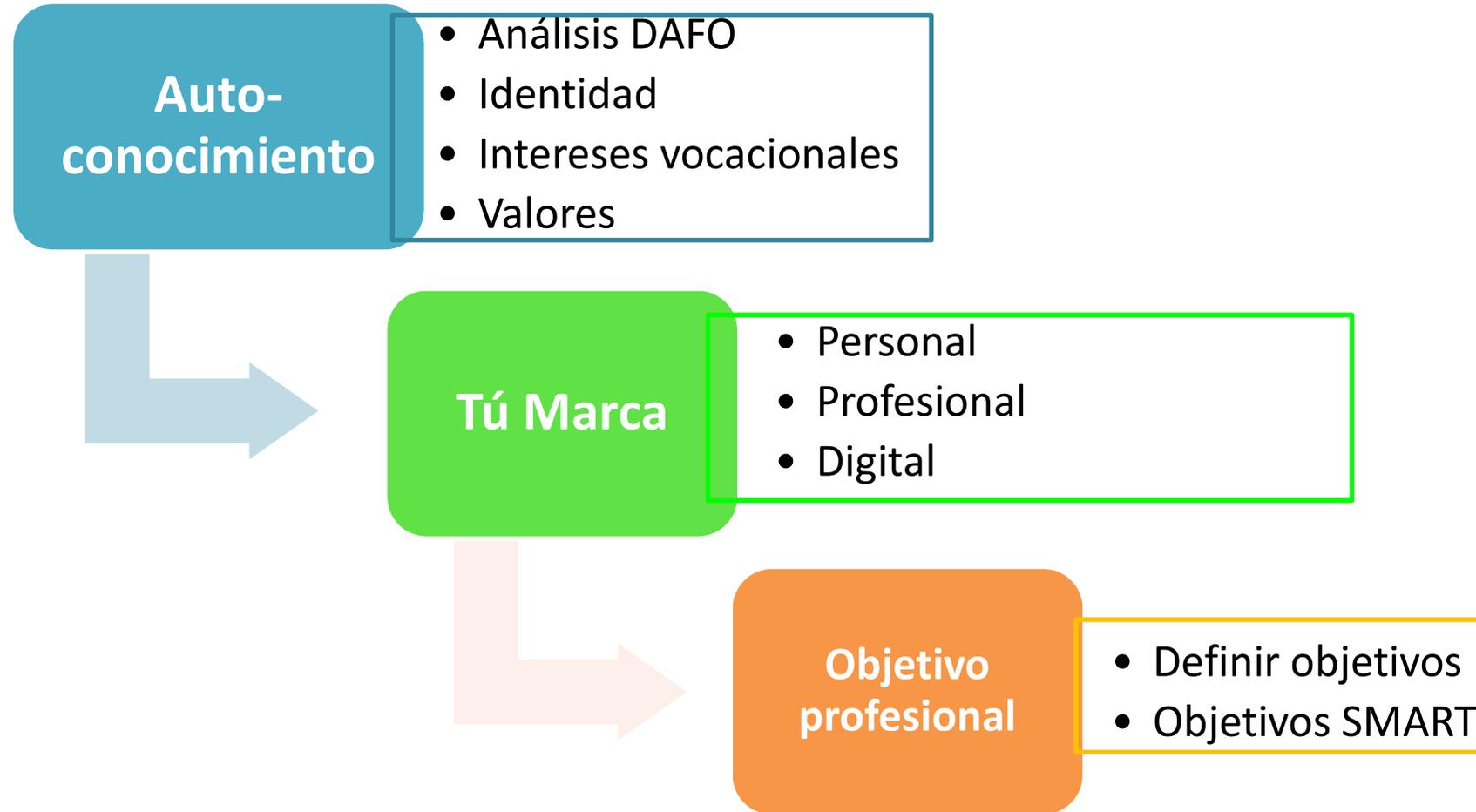
Tú Marca

Tú Marca:

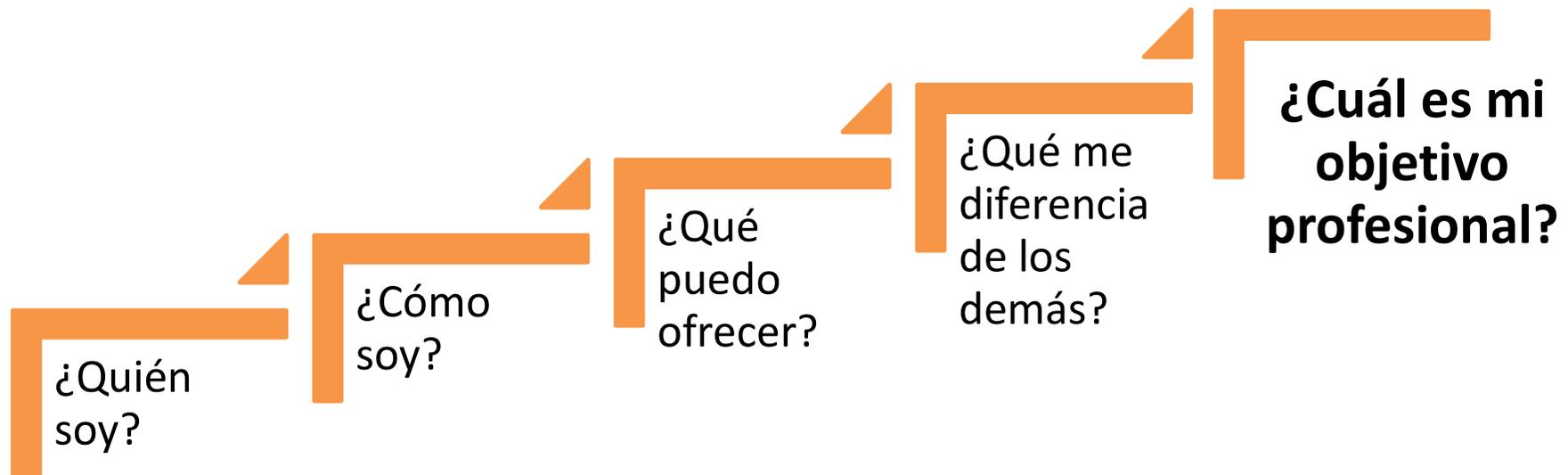
- *Marca digital:*



¿Cómo lo hago?



Objetivo profesional



Objetivo profesional

- *Dibuja tu propio puzle:*

– piensa en tu carrera profesional como si fuera un puzle, proyéctate cinco años hacia adelante, dibuja en tu mente la imagen final que quieres conseguir y hazte estas 3 preguntas:

1. ¿Cómo sería mi día ideal? ¿Tengo más de un día ideal?
2. ¿A qué me dedicaría si tuviera todo el dinero del mundo?
3. ¿Qué haría si tuviera garantía 100% de que voy a tener éxito?

Objetivo profesional

- *Define tu objetivo:*

- ✓ Specific (específico)
- ✓ Mensurable (medible)
- ✓ Achievable (alcanzable)
- ✓ Relevant (relevante)
- ✓ Timely (temporal)

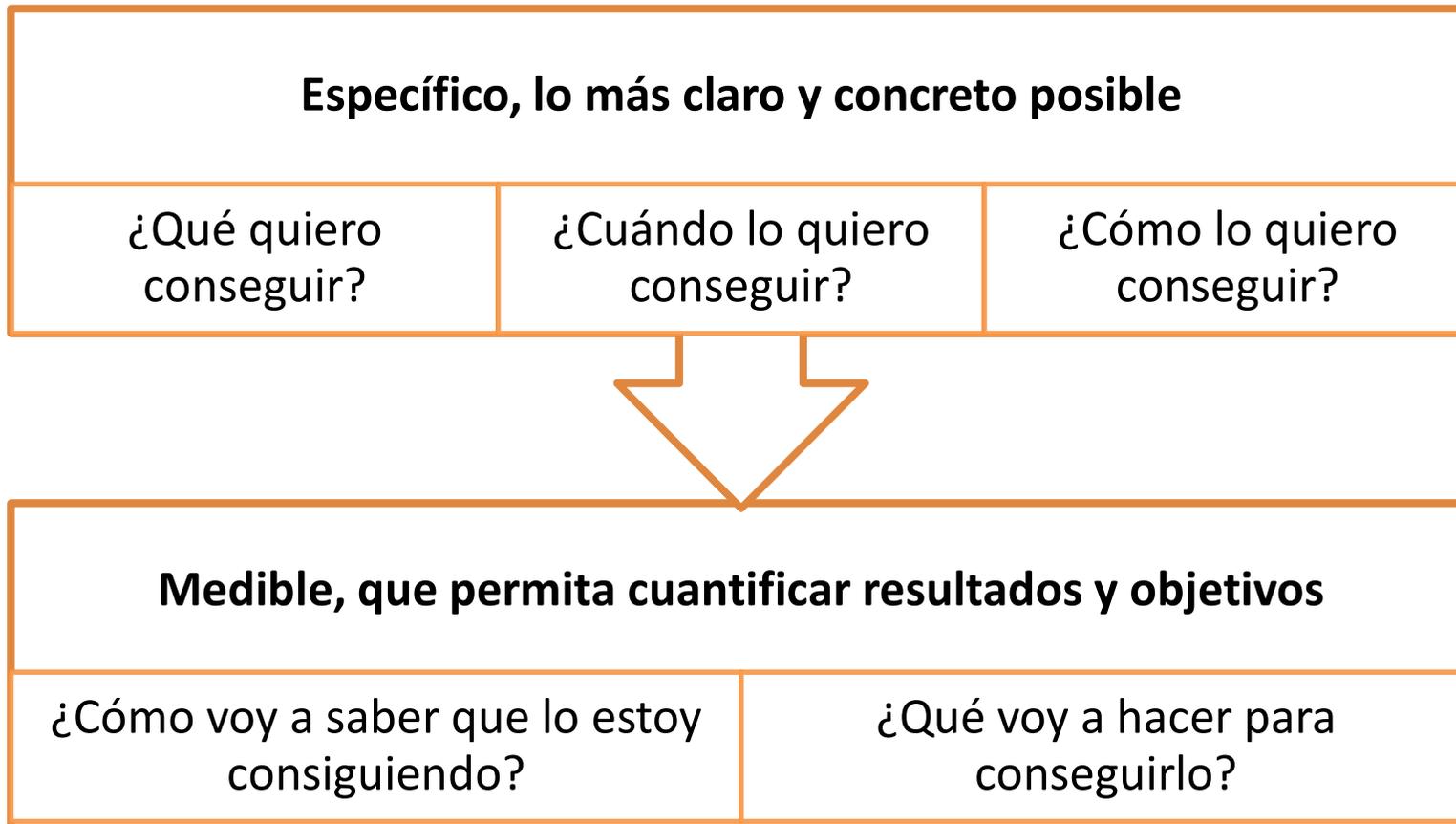


SMART

podcast

Objetivo profesional

- *Define tu objetivo:*



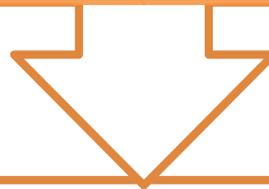
Objetivo profesional

- *Define tu objetivo:*

Alcanzable, ambicioso y retador

¿Para qué lo quiero conseguir?

Muy sencillo desmotiva, muy ambicioso estresa



Realista, que dependa de mi

¿Qué plan de acción voy a seguir para alcanzarlo?

¿Con qué recursos cuento?

¿Ese objetivo está dentro de tus posibilidades reales?

Hay más cosas a la altura de tus posibilidades de las que imaginas.

Objetivo profesional

- *Define tu objetivo:*

Temporal, definido en el tiempo

¿Cuándo lo quiero conseguir?

Haz una previsión realista: ni tan pronto que te agobie ni tan tarde que deje de ser inspirador o te aporte valor en este momento de tu vida

Objetivo profesional

You can do it!

