Técnicas, herramientas e historias para dominar las Soft Skills

José Juan López Espín, Domingo Rafael Galiana Lapera,
Dolores López Martínez, Abel Torrecillas Moreno,
María Amparo Calabuig Puig, Eleazara Núñez Gómez,
Eduardo José Francés Álvarez, Lucía Almagro Ruz
Liu Qui Liu Chen

UNIVERSITAS Miguel Hernández

Técnicas, herramientas e historias para dominar las Soft Skills

Autores:
José Juan López Espín
Domingo Rafael Galiana Lapera
Dolores López Martínez
Abel Torrecillas Moreno
María Amparo Calabuig Puig
Eleazara Núñez Gómez
Eduardo José Francés Álvarez
Lucía Almagro Ruz
Liu Qui Liu Chen

ISBN:
978-84-18177-96-5

Fecha de edición:
17/07/2025

Expresar nuestro reconocimiento y agradecimiento a todas las personas, especialmente estudiantes y titulados/as de la UMH, que a través de sus experiencias nos han inspirado para crear esta publicación.

Editorial:
Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:
Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica (SIPT) UMH

Nota de la editorial:
Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica son responsabilidad de los/as autores/as

UNIVERSITAS Miguel Hernández

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.INTRODUCCIÓN *4*

2. LAS SOFT SKILLS EN LA UMH: JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTOS *6*

2.1. Autoconocimiento: **6**

2.2. Trabajo colaborativo **6**

2.3. Pensamiento crítico **7**

2.4. Divulgación científica **7**

2.5. Trayectoria profesional **8**

2.6 *Networking* **8**

2.7. Balance e interconexión entre las competencias seleccionadas **9**

3.ITINERARIO FORMATIVO UMH EN SOFT SKILLS: CONTENIDOS *10*

3.1. TALLER AUTOCONOCIMIENTO: CONOCE TUS FORTALEZAS Y MEJORA TUS DEBILIDADES **11**

3.2. TALLER TRABAJO DE COLABORACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO **32**

3.3. TALLER PARA EL FOMENTO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO: RE-PENSAR PARA RE-PENSAR-SE **52**

3.4 TALLER INFLUENCIA CON TU CIENCIA: DIVULGACIÓN CIENTÍFICA **67**

3.5 TALLER PLANIFICA TU TRAYECTORIA PROFESIONAL **87**

3.6. TALLER DE *NETWORKING*, FORTALECE TUS REDES PROFESIONALES **106**

4.CONSIDERACIONES FINALES *116*

5.EJERCICIOS *117*

6. FUENTES CONSULTADAS: *153*

1.INTRODUCCIÓN

Para la Universidad Miguel Hernández de Elche resulta imprescindible favorecer la adquisición de *Soft Skills* por parte del estudiantado de titulaciones oficiales, pues son fundamentales para su presente y futuro, tanto personal como profesional. En este sentido existe un amplio consenso internacional sobre la importancia de etas competencias para el desempeño con éxito en la vida y el trabajo (Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, 2023, p. 15).

Aunque no existe un único concepto de *Soft Skills*, ni tampoco una sola clasificación, pues son muchos las instituciones internacionales que ha diseñado sus propias categorías y clasificaciones, si se cuenta con un listado de las competencias blandas clave en las que coindicen las diferentes fuentes de referencia: Empatía, pensamiento crítico, trabajo colaborativo, comunicación eficaz, adaptación al cambio, autorreflexión, negociación, toma de decisiones, asumir responsabilidad, inteligencia emocional, iniciativa, persistencia y resolución de problemas (Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, 2023, p. 23).

Todas ellas son consideradas *Soft Skills* que Guerra-Báez (2019) define como "habilidades socioafectivas (…) que permiten a la persona tomar decisiones, resolver problemas, pensar de manera crítica y creativa, comunicarse de manera efectiva, reconocer las emociones de otros y construir relaciones saludables a nivel físico y emocional", a diferencia, o como complemento, de las tradicionales *hard Skills*, más específicas del puesto de trabajo y los requerimientos existentes en el mismo.

Por todo ello, dada su importancia, los agentes empleadores hace ya tiempo que las incluyen en sus procesos selectivos, siendo estas primordiales en términos de empleabilidad. De hecho, tanto la OCDE como el Foro Económico Mundial -informe anual sobre el futuro del empleo-, o la Asociación Española de Directores de Recursos Humanos -informe EPyCE- han subrayado la enorme importancia de las *Soft Skills*.

No obstante, como ya se ha señalado, no existe una definición universal de *Soft Skills*, completa y que brinde una visión concisa, dada su complejidad. Pero sí existe unanimidad respecto a que las denominadas *Soft Skills* están asociadas con presentar un desempeño superior en el trabajo y por lo tanto constituyen una ventaja diferencial en el mercado laboral.

Por todo ello, con el objetivo de ofrecer formación y experimentación en estas competencias, la UMH oferta, por un lado, una potente ruta formativa en *Soft Skills*, y por otro, eventos y actividades en las que se fortalezca este tipo de competencias como, por ejemplo:

- Prácticas en empresas, instituciones y organizaciones.
- *Mentoring*
- *EmpleoWeekend UMH*
- *EmprendeWeekend UMH*
- Jornadas y programas de empleo e innovación
- Experiencias internacionales
- Voluntariados
- Representación estudiantil
- Torneos de debate
- Congresos de especialización

Y un largo etcétera de opciones ofertadas o reconocidas por nuestra universidad.

Por tanto, el estudiantado de la Universidad Miguel Hernández podrá completar de forma accesible su formación, experimentación y puesta en práctica en estas competencias, marcando la diferencia en términos de empleabilidad. Asimismo, que nuestro estudiantado y titulados/as cuenten con esta formación puede resultar de gran utilidad para los agentes empleadores e instituciones, agilizando los procesos de selección.

Concretamente las *Soft Skills* incluidas en la ruta de formación de la Universidad Miguel Hernández son:

- Autoconocimiento
- Colaboración y trabajo en equipo
- *Networking*
- Divulgación científica
- Pensamiento crítico
- Diseño de trayectoria profesional

A lo largo de las presentes páginas nos sumergiremos en cada una de ellas.

Objetivos de la publicación

Pero antes de continuar resulta necesario exponer los objetivos concretos de esta publicación:

1. Reflexionar sobre la importancia de las *Soft Skills* en términos de crecimiento personal, académico, profesional, y por lo tanto en relación a la empleabilidad.
2. Compartir el itinerario formatico de la UMH en materia de *Soft Skills*.
3. Por ende, fortalecer el conocimiento en relación a las competencias blandas seleccionadas: Autoconocimiento, colaboración y trabajo en equipo, pensamiento crítico, *networking,* divulgación científica, pensamiento crítico y diseño de trayectoria profesional.
4. En definitiva, se trata de aportar conocimientos y reflexiones para avanzar en la consolidación de las *Soft Skills* en el ámbito universitario, sirviendo este como enclave estratégico y correa de transmisión.

2. LAS *SOFT SKILLS* EN LA UMH: JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTOS

2.1. Autoconocimiento:

Báñez y Boixadòs (2017) consideran el autoconocimiento como una competencia pluridimensional y relevante para la construcción de la personalidad e identidad personal, así como para la formación y el desarrollo profesional.

Es un proceso continuo y dinámico, que, mediante esfuerzo, reflexión y autoconciencia, permite a la persona tener una percepción adecuada de sí misma, a nivel intelectual, emocional, de valores éticos, de capacidad de autonomía y deseos de autorrealización, a partir de los cuales se define su identidad personal y se desarrolla la personalidad.

Se considera una competencia genérica o transversal, relacionada con diferentes competencias instrumentales, interpersonales y sistémicas.

Teniendo en consideración todo lo expuesto anteriormente, se valora dividir la competencia de "autoconocimiento" en **cinco dimensiones,** que serían las siguientes:

- **autoimagen**
- **autoconcepto**
- **autoestima**
- **autoeficacia**
- **autodeterminación**

2.2. Trabajo colaborativo

A continuación, se van a barajar varias definiciones de la competencia "trabajo en equipo", con el fin de establecer el concepto con precisión. En primer lugar, Paris *et al.* (2016) la definen como: "Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, que permiten colaborar con otras personas en la realización de actividades, para lograr objetivos comunes, intercambiando información, distribuyendo tareas, asumiendo responsabilidades, resolviendo las dificultades que se presentan y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo".

Por otro lado, Crespo-Martín en Canós-Darós et al. (2019), lo hace de la siguiente manera: "Capacidad de colaborar, participar, organizar y planificar actividades, gestionar el tiempo y resolver conflictos, para conseguir con el máximo éxito posible la consecución de un proyecto común, incluyendo equipos multidisciplinares y multiculturales".

Respecto a las **dimensiones** que componen esta competencia, en Torrelles *et al*. (2011), se consideran varias:

- la **planificación,** en la que se establecen los objetivos;
- la **autogestión,** que es la sincronización con el resto de los miembros y la distribución de tareas;
- la **comunicación efectiva,** entendida como participar activamente en el grupo, expresar ideas y sugerencias, y también practicar una escucha activa con respecto a las del resto del equipo;

- la **supervisión del proceso,** en la que se engloba la retroalimentación (*feedback*), la adaptación y la flexibilidad;
- y la **resolución de los conflictos y problemas colaborativos** que puedan surgir.

2.3. Pensamiento crítico

Dewey (2007) concebía el pensamiento crítico como "la consideración activa, persistente y cuidadosa de una creencia o forma supuesta del conocimiento a la luz de los fundamentos que lo sustentan y las conclusiones a las que se avoca" (p. 4).

No es un pensamiento automático, ni mecánico sino todo lo contrario puesto que es intencionado, reflexionado y propositivo. Se dirige hacia objetivos concretos como es decidir nuestras creencias o nuestras acciones ante determinados problemas o situaciones (Nieto, Saiz y Orgaz, 2009, p. 2). Según Núñez-López, Ávila-Palet y Olivares-Olivares (2018, p. 8) "el pensamiento crítico es la habilidad más valiosa que la universidad puede transmitir a sus graduados y se ha convertido en una meta de aprendizaje en todas las disciplinas". Por ello la universidad, y el resto de los niveles educativos debe perseguir desarrollar un pensamiento crítico prestando atención a los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos.

Para Facione (1990), las **cinco dimensiones** de las habilidades del pensamiento crítico son:

- **el análisis**
- **la evaluación**
- **la inferencia**
- **el razonamiento deductivo (de lo general a lo específico)**
- **el razonamiento inductivo (de lo específico a lo general)**

Núñez-López, Ávila-Palet y Olivares-Olivares (2018), basándose en el modelo de Fancione, proponen que las **seis dimensiones** del pensamiento crítico son:

- **interpretación**
- **análisis**
- **evaluación**
- **inferencia**
- **explicación**
- **autorregulación**

2.4. Divulgación científica

"La divulgación científica es acercar la ciencia al público general, no especializado; es toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico" (Sánchez y Roque, 2011, p. 92).

Para Fidel Castro Díaz-Balart (2000, p. 134), la divulgación científica es "aquella que comprende todo tipo de actividades de ampliación y actualización del conocimiento, con una sola condición: que sean tareas extraescolares, que se encuentren fuera de la enseñanza académica regulada y que estén dedicadas al público no especialista".

Según la bibliografía referencia el propósito central de divulgar la ciencia es acercarla al público en general. Es decir, difundir los resultados de la investigación científica y técnica y del conjunto

de los productos del pensamiento científico entre un público no experto, a través de discursos fácilmente comprensibles y significativos para los destinatarios.

El discurso científico representa el conocimiento nuevo, que ha elaborado el investigador, con sus recursos expresivos propios (Kocourek, 1991; Sager *et al*., 1980): presencia de definiciones, ejemplificaciones, uso de lenguajes formales y sistemas semióticos (fotografías, esquemas, tablas, etc.), restricción del paradigma verbal (prescinde de la 1ª y 2ª persona y de los tiempos pasados, excepto información específica), alto grado de especificidad (densidad terminológica) y nivel estable de formalidad. Por todo ello, la divulgación científica pretende transformar este lenguaje en códigos accesibles para otro tipo de público.

Una vez realizada la revisión bibliográfica, se puede extraer que las **ocho dimensiones** implicadas en la competencia divulgación científica son:

- **Adaptación del lenguaje**
- **Pensamiento crítico**
- **Capacidad de análisis y síntesis**
- **Comunicación oral, escrita y gráfica**
- **Creatividad**
- **Compromiso ético**
- **Colaboración**
- **Habilidad para utilizar medios y tecnologías de comunicación**

2.5. Trayectoria profesional

El desarrollo de la propia estrategia profesional consiste en repetir varias veces a lo largo de la vida, un ciclo cuyas tres etapas fundamentales son las siguientes:1. Elección de la dirección o rumbo. 2. Planificación y búsqueda de alternativas. 3. Acción.

Una vez realizada la revisión bibliográfica, se puede extraer que las **cinco dimensiones** implicadas en la competencia divulgación científica son:

- **Autoconocimiento**
- **Planificación**
- **Toma de decisiones**
- **Compromiso ético**
- **Coherencia**

2.6 *Networking*

Networking es la habilidad para establecer una red de contactos con un amplio abanico de personas, que permite ayudarse mutuamente, en situaciones profesionales y personales. Se trata de un proceso con doble dirección, al dar ayuda y atención a nuestra red facilitamos que los otros nos ayuden. Concretamente Figueiras (2021) lo define como "La práctica de crear contactos profesionales con la finalidad de establecer relaciones empresariales y generar oportunidades de negocio".

Según Antonio Domingo (2018) *Networking* es "el arte de crear, mantener y expandir nuestras redes de contactos generando relaciones de confianza".

Una vez realizada la revisión bibliográfica, se puede extraer que las **seis dimensiones** implicadas en la competencia divulgación científica son:

- **Autoconocimiento**
- **Planificación**
- **Comunicación eficaz**
- **Colaboración**
- **Compromiso ético**
- **Empatía**

2.7. Balance e interconexión entre las competencias seleccionadas

Del marco expuesto se muestra la interdependencia e interconexión entre las competencias seleccionadas, coincidiendo en gran parte de sus dimensiones:

- autoconocimiento
- planificación
- adaptación
- flexibilidad
- comunicación eficaz
- colaboración
- resolución de conflictos
- análisis
- creatividad
- compromiso ético

Coincidiendo éstas con las más demandadas por el mercado laboral actual. Según el Observatorio de las Ocupaciones del Público de Empleo Estatal (SEPE), tomando como referencia la clasificación *European Skills, Competences, Qualifications and Ocupations* (ECSO) y a partir del análisis de miles de ofertas de empleo, determinó que las competencias personales más demandadas en el mercado de trabajo son (2024):

- Procesamiento de información, ideas y conceptos
- Planificación y organización
- Hacer frente a los problemas
- Pensar de manera innovadora
- Trabajar eficientemente
- Adoptar un enfoque proactivo
- Mantener una actitud positiva
- Demostrar disposición para aprender
- Comunicar de forma eficaz
- Apoyar a los demás
- Colaborando en equipos y redes
- Liderar a otros
- Seguimiento del código ético de conducta

Coincidiendo significativamente ambos listados.

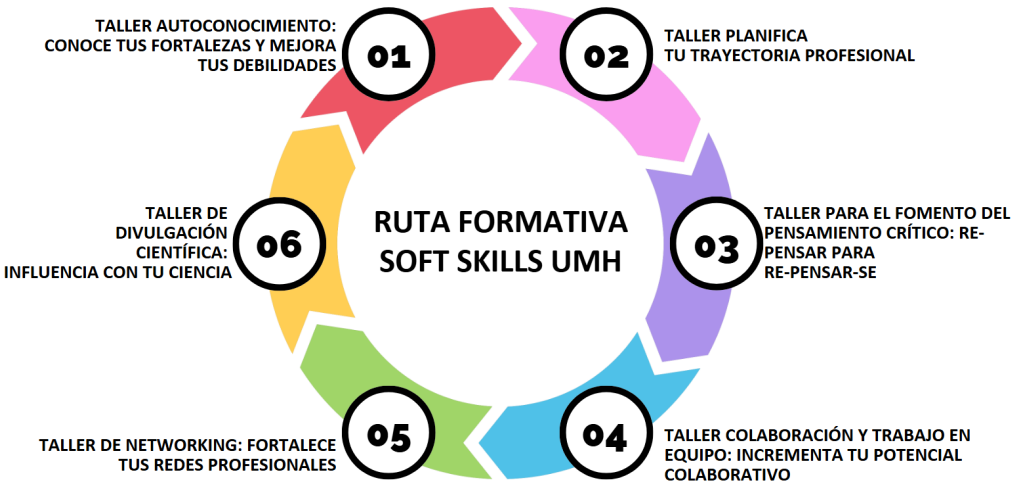
3.ITINERARIO FORMATIVO UMH EN *SOFT SKILLS*: CONTENIDOS

Con el objetivo de ofrecer, de forma gratuita y accesible, la formación necesaria en materia de *Soft Skills* al estudiantado y personas tituladas UMH, desde el **Observatorio Ocupacional UMH** se ha diseñado un potente itinerario formativo.

Estos talleres se caracterizan por ofrecerse en formato online, a través de la plataforma de la UMH campus.umh.es. Todas estas formaciones ofrecen contenidos y ejercicios que implican una dedicación total de 10h, por lo tanto, en el caso de realizar el itinerario de talleres *Soft Skills* completo, se transitarían y certificarían 60 horas de especialización en estas competencias. Se trata de una oferta formativa gratuita y altamente accesibles.

En cuanto a en qué orden realizar los talleres, la recomendación del Observatorio Ocupacional UMH es empezar por el autoconocimiento, pasando por el trabajo colaborativo, el fomento del pensamiento crítico, la divulgación científica, hasta llegar a la trayectoria profesional y finalmente al *networking*. No obstante, esta consecución no es obligatoria, dejando a la libre elección de la persona interesada la elección del orden. Asimismo, no es necesario realizar el itinerario completo, ni tampoco existe un plazo máximo para terminarlo, aunque se recomienda no desconectarse demasiado tiempo de estas formaciones. Por lo tanto, se puede optar por cursar solamente algunas de las competencias blandas propuestas, sin embargo, se reitera los beneficios de concluir el itinerario completo, garantizando una formación integral. Esto talleres se encuentran a disposición del estudiantado y Alumni UMH desde hace dos cursos académicos, y por éstos han pasado ya cientos de personas.

A continuación, se comparte el contenido de los diferentes talleres a modo de formación e inspiración. En definitiva, se trata de aportar conocimientos y reflexiones para avanzar en la consolidación de las *Soft Skills* en el ámbito universitario, sirviendo éste como enclave estratégico y correa de transmisión. Concretamente el itinerario formativo en competencias blandas de la UMH está compuesto por los siguientes talleres:



Fuente: elaboración propia.

3.1. TALLER AUTOCONOCIMIENTO: CONOCE TUS FORTALEZAS Y MEJORA TUS DEBILIDADES

3.1.1. ¿Por qué realizar este taller?

El objetivo de este taller es dotar al estudiantado de los conocimientos necesarios para que sean capaces de reflexionas sobre sus capacidades, aprender a valorarse de forma positiva, identificar sus fortalezas y debilidades, así como aprender a tomar control de sus decisiones, con el fin de adquirir una mayor competencia a la hora de enfrentarse a entrevistas de trabajo y a la vida en el entorno laboral.

Autoconocimiento: "Proceso continuo y dinámico, que, mediante esfuerzo, reflexión y autoconciencia, permite a las personas tener una precepción adecuada de sí misma, a nivel intelectual, emocional, de valores éticos, de capacidad de autonomía, deseos de autorrealización, a partir de los cuales se define su identidad y su personalidad" (Bañez et al: 2017).

3.1.2. Introducción al autoconocimiento

¿Por qué es importante? Competencia transversal, relacionada con diferentes competencias instrumentales, interpersonales y sistémicas. Es primordial y afecta al resto de competencias.

¿Qué se entiende por tener un elevado autoconocimiento? Poseer un alto autoconcepto a todos los niveles (físico, cognitivo, emocional, social y familiar); conocer las fortalezas y debilidades, además de tener habilidades de inteligencia emocional; valorarse positivamente; creer en las capacidades propias, y tener autonomía, sin permitir que aspectos externos dirijan las decisiones que se toman.

¿Qué aspectos impulsa el autoconocimiento?

- **A nivel personal:** autoestima, seguridad, cualidades personales, reconocimiento de prejuicios e ideas preconcebidas, conocimiento sobre cómo relacionarse con las demás personas.
- **A nivel académico:** Conciencia de conocimientos propios y experiencias de aprendizaje, reflexión de itinerario formativo pasado y diseño de itinerario futuro, e incremento de capacidad reflexiva.
- **A nivel profesional:** identidad profesional, valores, identificación de competencias, responsabilidad, mecanismos para sobrellevar situaciones negativas y aprender de las positivas.

¿Cómo potenciarlo en un contexto académico/laboral?

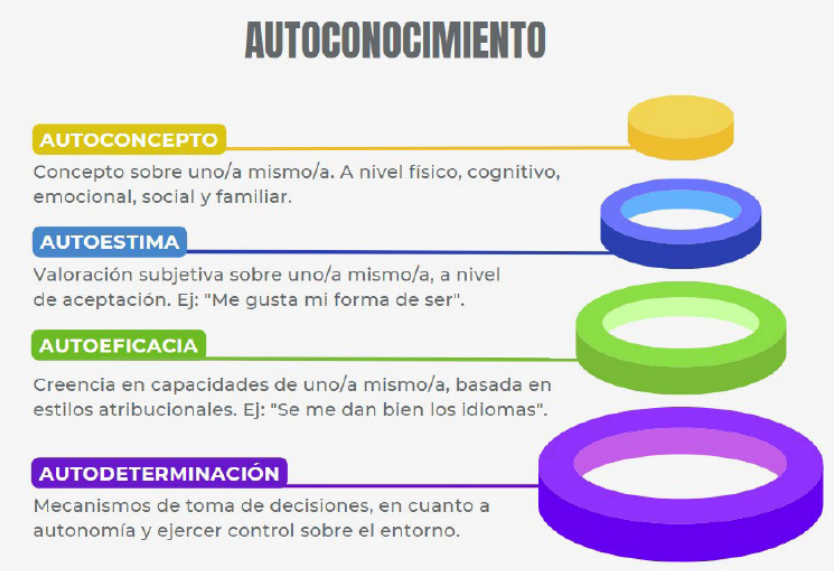
- ✓ Promoviendo la participación motivación e implicación.
- ✓ Estimulando la autorreflexión.
- ✓ Creando un contexto facilitador, libre de prejuicios y discriminación.
- ✓ Fomentando el autoconocimiento mediante tutorías, seguimiento y *feedback*.

3.1.3. Dimensiones

Dimensiones del autoconocimiento:

- ✓ Autoconcepto

- ✓ Autoestima
- ✓ Autoeficacia
- ✓ Autodeterminación



Fuente: elaboración propia.

- ➢ **Autoconcepto:** Tiene relación con el concepto que creamos sobre nosotros/as mismos/as y afecta a nuestra identidad. A nivel físico, cognitivo, emociona, social y familiar.
- ➢ **Autoestima:** Valor y aprecio personal. Es importante en las relaciones internacionales y en la propia confianza de uno/a mismo/a.
- ➢ **Autoeficacia:** Creencia en las propias habilidades y capacidades. Muy relacionada con el éxito académico y laboral.
- ➢ **Autodeterminación:** capacidad de autonomía y toma de decisiones, a la hora de perseguir metas. Define el curso de nuestras vidas, al elegir entre uno u otro camino.

3.1.4. Beneficios

- ✓ **Toma de decisiones:** tener un mayor autoconocimiento implica mayor autodeterminación, que se deriva en una alta autonomía y control a la hora de tomar decisiones en diversos ámbitos (persona, laboral, académico, etc.).
- ✓ **Mejora de la autoestima:** Al trabajar en la aceptación de cómo somos e incidir en aquellas áreas que pueden estar percibiéndose de una forma más negativa, aumenta la valoración subjetiva de cada persona, lo que favorece esta dimensión.
- ✓ **Control emocional:** Ser consciente y saber identificar aquellas emociones y/o reacciones que no son adecuadas en cada momento, permite la posibilidad de trabajar en ellas, con la finalidad de controlarlas.
- ✓ **Identificar posibilidades de mejora:** Al reflexionar acerca del constructo físico, cognitivo y emocional, al tiempo que se trabaja la idea que se tiene de uno/a mismo/a, en la autoestima, la autoeficacia y autodeterminación, siempre se van a encontrar puntos en los que se puedan implementar mejoras. Esto no sucede si no se realiza este tipo de introspección.
- ✓ **Relaciones interpersonales más saludables:** El control emocional reduce la aparición de las relaciones negativas y la autoaceptación mejora la imagen que percibimos de nosotros/as mismos/as, derivando en un estado más estable, una mayor aceptación de las críticas y una relación más saludable con el resto de personas.

3.1.5. Herramientas y técnicas para el desarrollo

- **Autorreflexión**

Se trata de realiza un proceso de introspección, para reflexionar acerca de tus logros, tus capacidades, las habilidades que puedes tener, los valores en los que basas tu vida, las experiencias que has tenido y han significado algo importante, etc.

Objetivo: que aprendas a valorarte en base a tus logros y fortalezas.

- **Carta de agradecimiento**

Tienes que escribir una carta dirigida a ti mismo/a, en la que agradezcas y reconozcas todo lo que has conseguido en la vida, lo que eres en este momento, tus características positivas, el feedback positivo que te hayan podido dar en cualquier ámbito, etc.

Objetivo: aprender a valorar tus propias capacidades y potencias en ti mismo/a.

- **Análisis de logros pasados**

Hay que hacer una breve reflexión sobre los logros pasados (ya sean académicos, laborales, personales, deportivos, etc.) para identificar qué habilidades y competencias fueron necesarias para llegar a conseguirlos.

Objetivo: conocer las propias capacidades para superar los desafíos y aumentar la eficacia.

- **Planificación de pequeños pasos**

Debes elaborar una tabla en la que pongas todas las metas que tienes a nivel laboral en este momento. Tienen que ser realistas, posibles y alcanzables en un plazo de tiempo razonable. A continuación, debes redactar un plan de acción con la secuencia de pasos que te llevarían a conseguir las metas.

Objetivo: que valores las competencias necesarias que tienes o deberías tener, para alcanzar tus metas.

- **Cartas de intenciones**

El concepto es muy similar al de la carta de agradecimiento, pero en este caso tienes que escribir tus propósitos en la vida, tus valores en este momento y tus metas profesionales, como si se la escribieras a otra persona. Debes revisarla y rehacerla periódicamente.

Objetivo: focalizarse en los objetivos, siendo conscientes de las intenciones que tenemos en cada momento.

- **Desarrollo de un plan de carrera personalizado**

Se trata de elaborar un plan de carrera a corto y largo plazo, añadiendo tus habilidades, intereses y objetivos profesionales, para que investigues por ti mismo/a qué oportunidades laborales existen en el ámbito al que te quieres dedicar.

Objetivo: que seas capaz de identificar la realidad laboral en tu área y tomes decisiones basadas en la información, adquiriendo control sobre la situación.

- **Historias de identidad**

Debes elaborar una pequeña historia sobre ti mismo/a, en la que desarrolles quién eres y cómo te ves, con respecto a tu carrera profesional Es importante que añadas experiencias muy significativas que hayas podido tener y tus metas profesionales.

Objetivo: la identificación y elaboración de un autoconcepto más sólido, en base a tus vivencias y metas.

- **Ejercicios de visualización**

Aquí deberán imaginarte a ti mismo/a en el futuro, como si tuvieras la vida de tus sueños, el trabajo soñado y te sintieras totalmente realizado/a. Es importante que pienses en todo aquello que ya posees para alcanzar tu futuro, más que en lo que te haría falta conseguir.

Objetivo: crear una autoimagen mental positiva, visualizando el potencial que tienes al margen de factores externos.

- **Diario de emociones**

Crea una tabla, en la que registres las situaciones en las que has experimentado alguna emoción que haya tenido repercusión en tu vida. De esta manera, llevarás un seguimiento de las situaciones por las que has pasado, para identificar qué hiciste, qué sentiste y de qué forma actuaste.

Objetivo: aprender a gestionar las emocione y responder de forma más efectiva en futuras situaciones.

Ejemplo de la tabla de Diario de emociones:

Situación	¿Qué he pensado?	¿Qué he sentido?	¿Qué emoción he experimentado?	¿Cuál es el significado?	¿Cómo he actuado?	Plan de acción	¿Qué he aprendido?
Un compañero ha venido y me ha dicho que el trabajo que hice estaba mal y que ahora él no puede seguir, porque trabajamos en cadena.	"No me echa la bronca mi jefa, pero tiene que venir un compañero a decirme lo que hago mal".	Como si se me tensaran todos los músculos e hiciera fuerza con la mandíbula.	Ira y rabia.	Creo que podría habérmelo dicho de otra forma o explicarme antes de hacerlo cómo lo quería.	Me he callado y no he dicho nada, pero luego lo he comentado con otros compañeros de trabajo y con mi familia.	Cuando vuelva a verle le comentaré que no me ha gustado su forma de hablarme y que hay que solucionar este problema para que no vuelva a suceder.	Que debo decir las cosas en el momento y no callarme para después comentarlo con otras personas que no están involucradas en el asunto.

Fuente: elaboración propia.

3.1.6. Algunos consejos

- ✓ **Solicita *feedback***

Para mejorar tu autoconocimiento, es fundamental que solicites *feedback* en las situaciones que te permitan hacerlo. Esto servirá para que otras personas te digan cómo ha percibido tu forma de trabajar, tus tareas, tu trato con el público o las interacciones con compañeros/as, y puede diferir con tus propias impresiones.

- ✓ **Autoevaluación**

Es muy importante que te autoevalúes, analizando tus propias tareas, para valorar si tienen algún margen de mejora, y tus resultados (en cualquier ámbito) para plantearte si hiciese todo lo que estaba en tu mano o pudiste esforzarte más, si debieras cambiar la estrategia desde la que abordaste la situación, etc.

- ✓ **Reflexión personal e introspección**

Pararse a pensar en acciones y tareas que hemos realizado y de qué forma hemos interactuado con la gente (para mejorar), es algo indispensable si se quiere lograr un elevado autoconocimiento.

Las personas que jamás reflexionan sobre sus actos están condenadas a mantenerse estáticas y repetir todos aquellos errores que le han hecho fracasar.

3.1.7. ¿Por qué es fundamental el autoconocimiento?

En Merino et al. (2006) se concluye que la autoeficacia y autorregulación, son básicas para moderar y reducir el estrés laboral entre el profesorado, y la posibilidad de extrapolar esto a otros ámbitos laborales.

Barca-Lozano et al. (2019), acentúan la importancia de las atribuciones causales (autoeficacia) en el rendimiento académico, que determinará el futuro acceso al mercado laboral.

En Ariño et al. (2016) se pone de manifiesto la constitución del autoconocimiento, mediante la unificación de la autorreflexión, los diálogos entre pares, entre docentes, con profesionales y a nivel social (autoconcepto), y su valor a la hora de desempeñar correctamente la labor profesional.

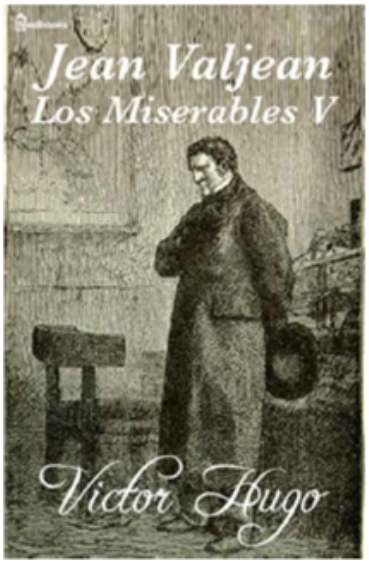
En Delgado et al. (2019), queda en evidencia que la inteligencia emocional y la autoeficacia son factores primordiales para el éxito académico y futuro profesional, a la hora de sobrellevar conflictos y mantener relaciones saludables.

En Buitrago et al. (2021): Autoimagen, autoconcepto y autoestima como claves a nivel emocional para el aprendizaje y superar con éxito el contexto académico.

3.1.8. Autoconcepto

Un ejemplo relacionado con el autoconcepto: Jean Valjean (Los Miserables, Víctor Hugo).

- Hace lo posible por sobrevivir y lo encarcelan injustamente.
- Intenta escapar y aumenta su condena.
- Al salir de prisión, un obispo confía en su bondad, pero él no (piensa que es un criminal).
- Autodescubrimiento (introspección) y autorreflexión, le llevan a conocer su objetivo en la vida (aquello que le hace verdaderamente feliz).

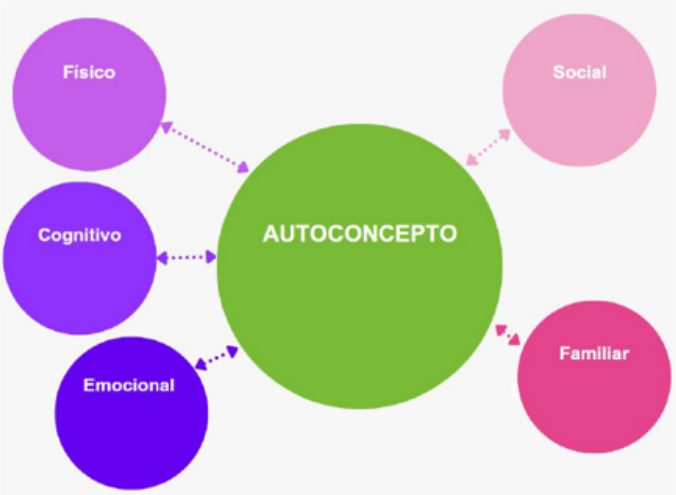


Fuente: Currículum nacional

Autoconcepto: Es la imagen que cada persona crea acerca de sí misma, a partir de su apariencia física, percepción corporal, aspectos interiorizados, vivencias, aportaciones e interacciones sociales y familiares.

Autoconcepto-factores

- **Físico:** Es la percepción que cada persona tiene sobre su aspecto y condición física- Se genera en base a la imagen que percibimos al ver nuestro reflejo, en la reacción de las demás personas que se encuentran a nuestro alrededor y en la verbalización sobre nuestro aspecto. Se trata, por tanto, de una imagen global, compuesta por todo aquello que percibimos.
- **Cognitivo:** Es la imagen que tenemos de nosotros mismos, a nivel de operaciones mentales, procesamiento, percepción de la información y forma de pensar (ideas, opiniones, creencias y preferencia). Es nuestra concepción de identidad propia.
- **Emocional:** Se basa en nuestra percepción del estado emocional y respuestas a situaciones concretas. En cuanto a si nos consideramos personas nerviosas, asustadizas, alegres, impulsivas, etc., y también a cómo reaccionamos ante determinados momentos concretos (reencuentro, conflictos, sorpresas, alegrías, decepciones, etc.).
- **Social:** Hace referencia a la autopercepción con respecto a las interacciones sociales, en cuanto a la red de amistades de cada persona, la calidad de la misma y la facilidad/dificultad para mantenerla y/o ampliarla. Es la propia percepción sobre cómo somos en un entorno de estas características y cómo nos perciben desde el exterior.
- **Familiar:** Se refiere a la autopercepción sobre el grado de aceptación, implicación, participación, integración y, en definitiva, cómo percibimos que somos en el ámbito familiar. Tiene repercusión en el rendimiento académico y laboral, la sensación de bienestar, así como la percepción de salud física y mental.



Fuente: elaboración propia.

El principio de semejanza en el *YO ideal* (Robins y Baldero, 2003)

Formación y mantenimiento de relaciones: comparación ***Yo real, Yo ideal y Yo debido.***

YO REAL	YO IDEAL	YO DEBIDO
Aquello que creemos que somos (identidad y cómo nos consideramos).	Aquello a lo que aspiramos, lo que nos gustaría ser, nuestras aspiraciones (ser felices, tener dinero, tener el trabajo soñado).	Aquello que creemos que debemos ser: personas honradas, solidarias, trabajadoras, competentes…

Cuantas menos discrepancias existan entre ellos, más emocione positivas y mejores resultados interpersonales.

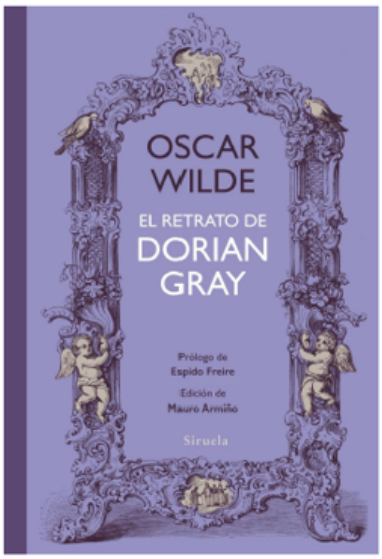
Teoría de la comparación social (Festinger, 1954):

- Proceso de autoevaluación y evaluación del resto
- Opiniones, habilidades o capacidades, atributos y características (logros, méritos o deficiencias).
- Tendencia a la autoevaluación de opiniones y habilidades. Se hace comparando con el resto y obteniendo una valoración de lo que es correcto o no.
- Se tiende a comparar con personas similares (verificar), porque a mayor distancia o divergencia, menor probabilidad de tomar como referencia la comparación.

Un ejemplo relacionado con autoconcepto:

El retrato de Dorian Gray:

Joven muy bello, dependiente de su aspecto físico. Obsesionado con la imagen que proyecta y con agradar. Reflexión sobre la brevedad de la belleza física (juventud) y la excesiva importancia que se le da a la sociedad. A día de hoy está todavía más presente.



Fuente: Ediciones Siruela

3.1.9. Autoestima

Es el grado de satisfacción personal del individuo consigo mismo, la eficacia de su propio funcionamiento y su actitud evaluativa de aprobación, a nivel afectivo. Se basa en cualidades susceptibles de valoración y subjetivación. Va muy ligada a la autoeficacia.

Fuente: elaboración propia.

➢ **Autoestima: importancia**

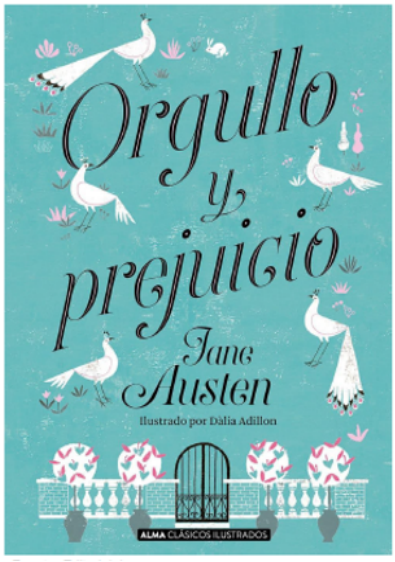
- **En la autoeficacia:** creencia en las capacidades propias, para realizar accione y tareas.
- **En la autodeterminación:** útil en la tomad de decisiones y confianza en las capacidades propias, para alcanzar metas. Ayuda a aceptar críticas y aprender de los errores. Fomenta relaciones saludables.

➢ **Autoestima: factores que influyen en ella**

- **Influencia externa:** la manera en la que nos perciben familiares, amistades, compañeros/as de trabajo y sociedad en general, además de lo que esperan de nosotros/as.
- **Medios de comunicación:** estándares físicos, laborales, familiares, etc., determinan las características que debemos cumplir.
- **Experiencias pasadas:** eventos negativos o positivos, definen nuestra autoestima.
- **Creencias limitantes:** son aquellas creencias que tenemos sobre nosotros/as mismos/as y que nos impiden realizar acciones, por pensar que no somos capaces.
- **Comparación social:** sentirse inferior o superior al compararnos con otras personas o colectivos.
- **Autorrefuerzo positivo:** identificar, reconocer y celebrar nuestras fortalezas.

Un ejemplo-Autoestima:

Elisabeth Bennet tiene una alta concepción y valoración de sí misma, pese a que la sociedad la presione e intente modificarla para que cumpla con sus expectativas. Este personaje no se deja intimidar, ni acepta las imposiciones, por lo que se niega a ceder a las peticiones externas, anteponiendo sus propios valores e ideales.



Fuente: Editorial Alma

- **Autoestima: estrategias para fortalecerla**

- **Fomentar la aceptación:** aceptar imperfecciones y trabajar en aquellos aspectos que tengan margen de mejora.
- **Establecer metas realizas:** objetivos que puedan alcanzarse, valorando cada pequeño paso que consigamos.
- **Practicar asertividad:** expresar las necesidades y opiniones de forma respetuosa. Negamos de forma asertiva, para no hacer cosas que no queremos hacer.

- **Autoestima: pensamiento defensivo**

Estrategia cognitiva, consistente en mantener las expectativas y metas al mínimo, ante una situación futura (anticipación). Se piensa que las cosas no van a salir bien, para estar preparado/a para el peor escenario posible, y si esto se cumple, se considera que se poseía control sobre la situación y que todo ha salido exactamente como se había visualizado.

- **Autoestima: Efecto Pigmalión /Rosenthal o profecía autocumplida**

Puede ser positivo o negativo, además de externo (alguien deposita o no unas expectativas sobre ti, e influye en tu conducta) o interno (tú mismo/a crees que algo va a suceder de una determinada manera). Requiere de 3 aspectos: creer firmemente en un hecho, tener la expectativa de que se va a cumplir y estar motivado/a para que llegue a cumplirse.

- **Síndrome del impostor**

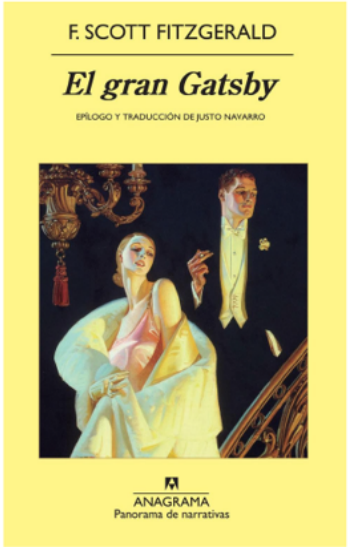
Se define como "sentimiento intenso de falsedad o falta de autenticidad, con respecto a la autoimagen de competencia, experimentado por personas con apreciable historia de éxitos". Suele darse en personas que no creen en sus propias capacidades y habilidades, y piensan que el resto las sobreestima, además de no considerarse merecedoras de los éxitos que obtienen (se sienten farsantes) y preocuparse de que les puedan descubrir.

- **Síndrome de la impostora**

Similar al síndrome del impostor, pero tiene su origen en las altas expectativas y exigencias de las mujeres en el entorno laboral o personal. En Pinyol (2023) se muestran estudios de la Universitat Oberta de Catalunya y la Univesitat Politècnica e Catalunya (UPC), que indican que las estudiantes se percibían incompetentes en matemáticas y tecnología, pese a tener notas más altas que los chicos, que si se consideraban más competentes.

Un ejemplo-Autoestima:

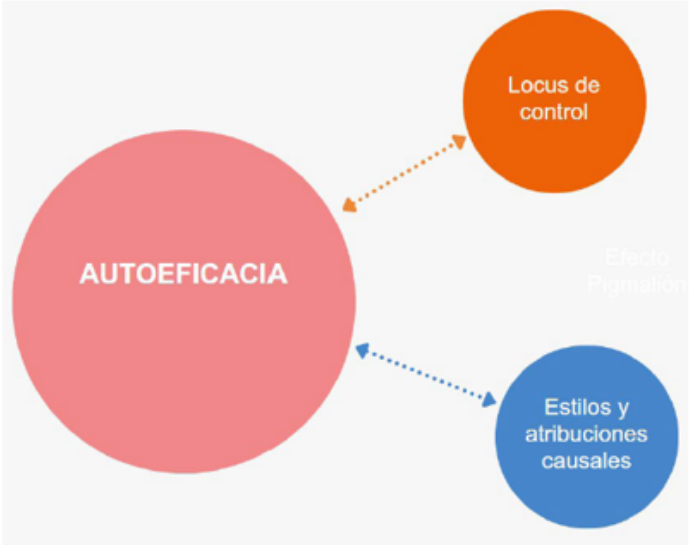
Jay Gatsby es un impostor (ha creado una identidad falsa que le ha llevado al éxito). Sabe que toda su vida está construida a partir de una mentira, lo que le hace inseguro y cuestionarse constantemente. Al saber que no ha conseguido por sus propias capacidades el estatus que posee, cree que cualquiera puede desenmascararle y que en realidad no es apto para llevar esa vida.



Fuente: Editorial Anagrama

3.1.10. Autoeficacia

Es la creencia que tiene una persona, acerca de poseer o no las capacidades para desempeñar las acciones que los lleven a obtener los resultados que desean.



Fuente: elaboración propia.

- **Autoeficacia. Locus de control**

Se trata de un constructo de personalidad que otorga un origen u otro a los eventos vitales, desde la perspectiva del propio individuo, considerándolos consecuencia de su conducta o resultando de circunstancias como el destino, la suerte o factores externos sin relación con sus actos.

- **Locus de control interno:** la persona controla sus propios actos y consecuencias de sus acciones. Ejemplo: "He terminado las tareas a tiempo, porque soy una persona aplicada y me he esforzado".
- **Locus de control externo:** el control de las acciones y consecuencias se atribuye a factores externos. Ejemplo: "He terminado las tareas a tiempo, porque eran pocas y muy sencillas de hacer".

- **Autoeficacia: estilos y atribuciones causales**

Son los determinantes primarios de la motivación. Las atribuciones que las personas hacen, sobre cuáles son las causas que han producido sus resultados de éxito o fracaso, en base a su percepción. De este modo, las dinámicas y tendencias que suelen seguir, están basadas en algunos sesgos que tienen que ver con su nivel de conocimiento tácito.

- **En alumnado de alto rendimiento:** éxitos (capacidad/esfuerzo), fracasos (falta de dedicación).
- **En alumnado de bajo rendimiento:** fracasos (baja capacidad; escaso refuerzo; poca reparación y capacidad de motivar del profesorado; mala suerte).

En población general es común atribuir los éxitos a características propias y los fracasos a factores externos.

- **Error fundamental de atribución:** sobreestimar el papel de factores disposicionales (personalidad) y subestimar el de los factores situacionales. Por ejemplo: si una persona hace algo que no nos parece bien, es más probable que lo atribuyamos a su propia conducta, antes que pensar que tiene un mal día, o no ha dormido bien o está estresada por su trabajo, etc.
- **Sesgo de falso consenso:** La gente suele considerar que su comportamiento, creencias, formas de actuar ante determinadas situaciones, manera de comunicarse, valores y actitudes, etc., son los correctos y "lo normal", de forma que todo lo que se salga de ahí es una desviación de la norma, y, por tanto, una conducta inadecuada.
- **Atribuciones defensivas:** culpar a la persona de la adversidad, especialmente si es un acto grave. Se culpa a la víctima. Se justifica con las diferencias. Por ejemplo: "A mí no me pasará eso, porque siempre camino con cuidado por esa zona cuando ha llovido".
- **Atribuciones auto-favorecedoras:** al tener éxito, la causa está en nosotros/as, y al fracasar está en los factores externos.
- **Efecto de los roles sociales:** Se atribuye la conducta a las características que conforman a las personas, en lugar del rol social que está desempeñando en este momento concreto.
- Atribuir conducta a características personales, en lugar de verificar el contexto, que lleva a actuar de una manera concreta.

Un ejemplo relacionado con la autoeficacia: Saga *Millenium*

Lisbeth Salander (la protagonista), ha tenido un pasado horrible, lleno de situaciones traumáticas. Su altísima autoeficacia, permite que confíe en sus capacidades para conseguir enfrentarse con éxito a personas poderosas.

Fuente: Planeta de Libros

3.1.11. Autodeterminación

Autodeterminación: "elección, toma de decisiones, resolución de problemas, establecimiento de metas, adquisición de habilidades, autoobservación, evaluación y autoesfuerzo, locus de control interno, atribuciones positivas de autoeficacia y expectativas de resultado, autoconocimiento y conocimiento de sí mismo": Wehmeyer (1996). Es decir: Autonomía, autorregulación, desarrollo o capacitación psicológica y autorregulación.

- **Autonomía:**

Actuar según las propias preferencias, intereses y/o capacidades, e independientemente, libre de influencias externas o interferencias no deseadas. Evidentemente, nadie es 10% autónomo o independiente, porque siempre habrá algún elemento que nos ate y nos impida hacer lo que queramos en cada momento. Siempre hay que pensar en términos de relativa autonomía, con respecto a otras personas.

- **Autorregulación:**

Analizar el ambiente y los propios repertorios de respuesta, para desenvolverse y tomar decisiones sobre cómo actuar (evaluar y revisar planes, cuando sea necesario):

- Autocontrol
- Metas y conductas de logro
- Resolución de problemas
- Aprendizaje observacional

- **Autodeterminación**

Desarrollo o capacitación psicológica Creer que se tiene control sobre las circunstancias, y no a la inversa (locus de control interno). Confiar en habilidades propias para alcanzar los logros (autoeficacia). Tener la certeza de que, si se aplican las habilidades, se conseguirán los logros que se han identificado (expectativas de resultado).

- **Autorrealización**

Haces uso de un conocimiento comprensivo y razonablemente acertado de ellos mismos, sus puntos fuertes y sus limitaciones, para poder actuar de una determinada manera, así como sacar

provecho de ese conocimiento. La autorrealización depende siempre de las experiencias y la interpretación que hagamos del ambiente y de cómo otras personas lo vean.

- **Autodeterminación**

Los diferentes estilos de motivación son fundamentales en cuanto a la autodeterminación en cuanto a la autodeterminación. Marcarán la probabilidad de que se realice o una acción concreta y que se mantenga en el tiempo.

Fuente: elaboración propia.

- **Motivación intrínseca**

Es la que está ubicada en el nivel más alto del baremo. En este tipo de motivación, se obtiene placer y satisfacción por el simple hecho de realizar la tarea, independientemente de cuál sea el tipo de recompensa que recibamos, o de no recibir ninguna recompensa explícita. La tarea en sí misma aborda todo lo necesario para que se inicie la acción y se quiera seguir realizando.

- **Motivación extrínseca identificada**

La más próxima a la intrínseca. En la realización de la actividad hay una intencionalidad racional previa, pero sigue siendo una motivación extrínseca ya que se actúa para conseguir un objetivo y no por el placer que produce la actividad en sí misma. Por ejemplo: hago deporte porque sé que me va a venir bien para prevenir enfermedades cardiovasculares y también va a mejorar mi aspecto físico.

- **Motivación extrínseca introyectiva o introyectada**

La actividad se realiza para evitar seguimientos de culpabilidad y disminuir el grado de ansiedad. Sabemos que debemos hacerlo, pero no vemos los beneficios ni obtener placer. Por ejemplo: mis padres han pagado unas clases particulares y no creo que sean necesarias, pero voy, porque me sentiría mal si me las salto.

- **Motivación extrínseca externa**

Se trata del tipo de motivación más cercano a la desmotivación, puesto que la acción se realiza únicamente por el simple hecho de la recompensa externa o la evitación de un castigo.

Por ejemplo: hago algo que no quiero hacer y que es posible que odie, porque me pagan muy bien.

- **Desmotivación**

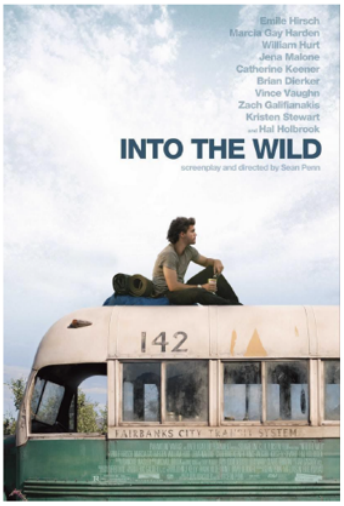
Es un estado en el que no percibimos ningún tipo de satisfacción a nivel intrínseco o extrínseco. La tarea por sí misma no tienen relevancia/importancia para nosotros, las recompensas no son percibidas como importantes/interesantes y no encontramos nada que pueda llevarnos a realizar este tipo de tarea.

Fuente: elaboración propia.

Algunos ejemplos relacionados con la autodeterminación

***Hacia rutas salvajes*, 2007:**

Christopher McCandless elige dar un giro en su vida, para embarcarse en un viaje a través de la naturaleza. Escapa de aquello que se nos impone (trabajo, formar una familia, comprar una casa, etc.). Su autodeterminación y su capacidad para poder ser autónomo y tomar sus propias decisiones, le llevan a conseguir su objetivo.



Fuente: Filmaffinity

***El Show de Truman*, 1998:**
Truman Burbank, es protagonista de del show más grande y ambiciosos del mundo (sin saberlo). No parece capaz de tomar decisiones, porque cada vez que intenta tomar la iniciativa, algo externo impide que logre sus objetivos. En un determinado momento, deberá elegir tomar las riendas de su vida, y hacer aquello que nadie pensó jamás que sería capaz de hacer.

Fuente: Filmaffinity

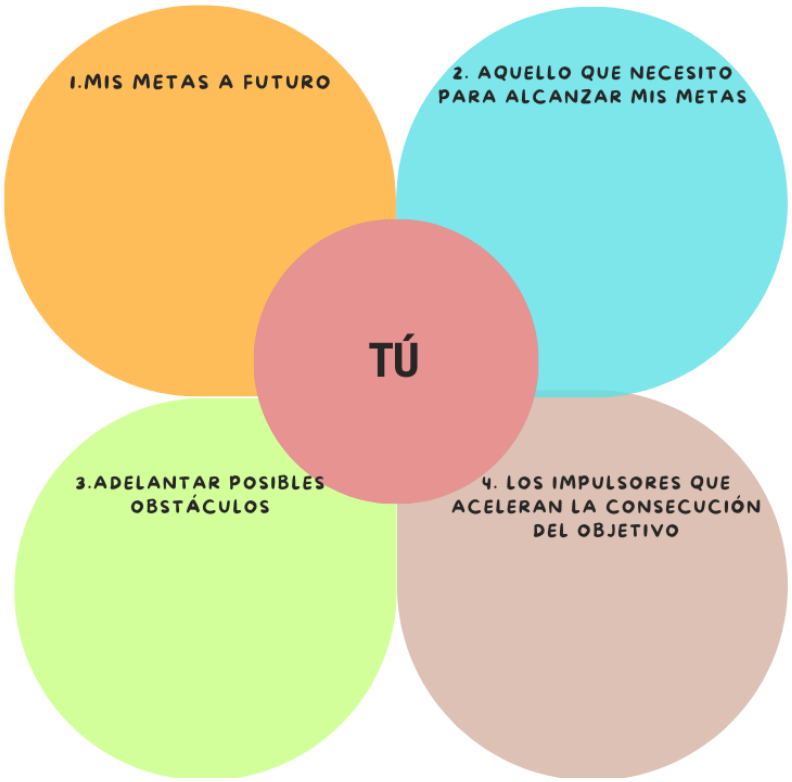
3.1.12. Herramientas y técnicas para fomentar el autoconocimiento

MANDALA: se trata de una herramienta desarrollada por Carl Jung, como representación del yo inconsciente. Refleja los siguientes puntos:

1. Metas
2. Requerimientos
3. Obstáculos a superar
4. Impulsores

Ejemplo de un Mandala completo, para apreciar cómo se debería hacer uso de este tipo de herramientas. Sirve de ayuda para saber a qué nos queremos dedicar y cómo conseguirlo, mediante la reflexión acerca de la situación, capacidad, objetivos.

1. **Metas**: Estoy trabajando en un centro de atención temprana como psicóloga sanitaria infantil junto con un equipo interdisciplinar. Realizo consultas diariamente.
2. **Requerimientos:** He tenido que graduarme en psicología y especializarme en el máster de Psicología General Sanitaria y en el de Terapia Psicológica con niños y adolescentes.
3. **Obstáculos a superar:** No soy buena comunicadora y me cuesta un poco el tema de las relaciones interpersonales. Tendré que formarme en habilidades sociales y de comunicación.
4. **Impulsores:** Me motiva el trabajo en sí mismo porque me fascina el ámbito de la psicología clínica aplicada y actuar en esa franja de edad. Esto me permite abordar los problemas en una fase temprana.



Fuente: elaboración propia.

VENTANA DE JOHARI:

Es una herramienta de psicología cognitiva, creada por Joseph Luft y Harry Ingham. Sirve para promover el autoconocimiento, mediante el concepto de espacio interpersonal, dividido en cuatro áreas (cuadrantes).

	LO QUE CONOCES DE TI	LO QUE DESCONOCES DE TI
LO QUE CONOCEN DE TI	**ÁREA PÚBLICA** Lo que conozco sobre mí mismo/a y las demás personas también conocen.	**ÁREA CIEGA** Lo que el resto de personas conocen sobre mí, pero yo no conozco.
LO QUE NO CONOCEN DE TI	**ÁREA OCULTA** Lo que conozco sobre mí y no cuento al resto de personas.	**ÁREA DESCONOCIDA** Lo que ni yo mismo/a, ni el resto, conocemos sobre mí.

Fuente: elaboración propia.

- **Área pública:** lo que comunicas abiertamente (experiencias, emociones, pensamientos, etc.).
- **Área ciega:** lo que desconoces sobre ti, pero la gente sabe (comentarios de amigos, compañeros, etc.).
- **Área oculta:** lo que conocemos de nosotros mismos, pero el resto no (pensamientos, rasgos de personalidad, emociones).
- **Área desconocida:** lo que no conozco ni la gente conoce (área por descubrir, potencia, salir de zona de confort).

Aquí se puede observar un ejemplo completo de ventana de Johari, para poder apreciar qué aspectos deben incluirse en cada una de las áreas, al trabajar con esta herramienta.

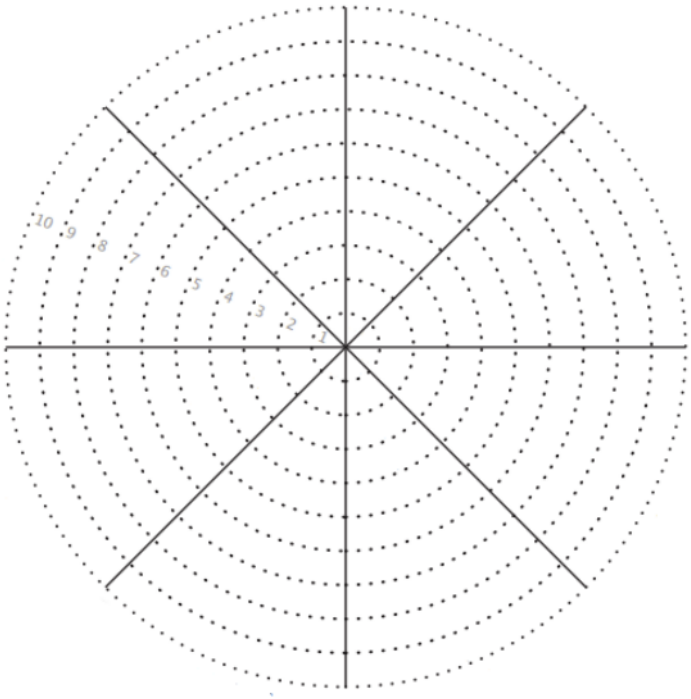
Fuente: elaboración propia.

Ahora es tu turno:

Fuente: elaboración propia.

RUEDA DE LA VIDA:

Esta técnica procede del coaching y tiene como objetivo el autodiagnóstico y la reflexión acerca de las diferentes esperas que componen nuestras vidas. Permite la evaluación del grado de satisfacción global y parcial en diferentes áreas de funcionamiento, fomentando que podamos identificar aquello en lo que debemos mejorar.

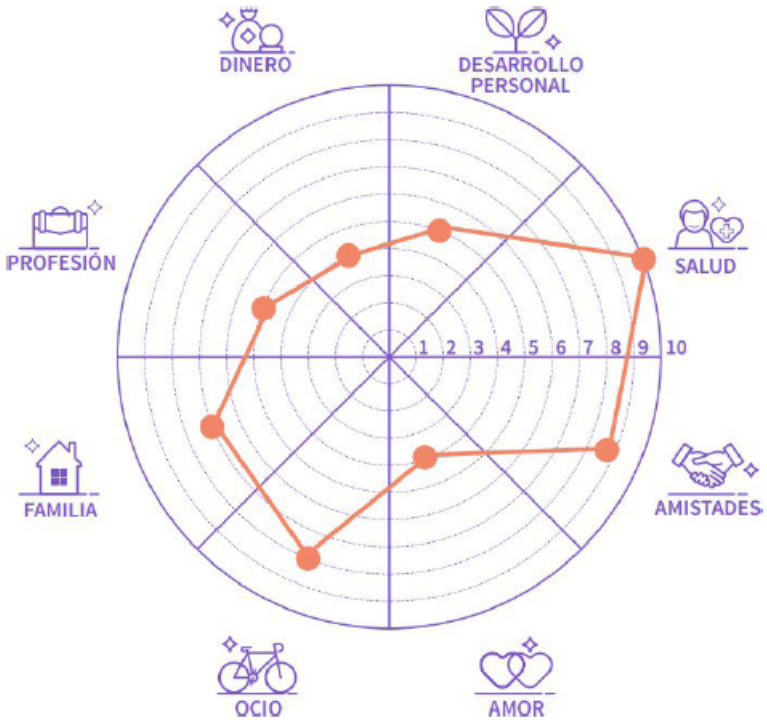


ALGUNAS ÁREAS POSIBLES: Familia, Amigos, Trabajo, Finanzas, Pareja, Salud y cuidado personal, Éxito, Ocio y Diversión, Espiritualidad, Amor, Formación, Libertad, Seguridad, Apasionamiento, Autoestima, Autorrealización o Desarrollo personal, Ambiente Físico, etc.

Fuente: elaboración propia.

Consideraciones a tener en cuenta:

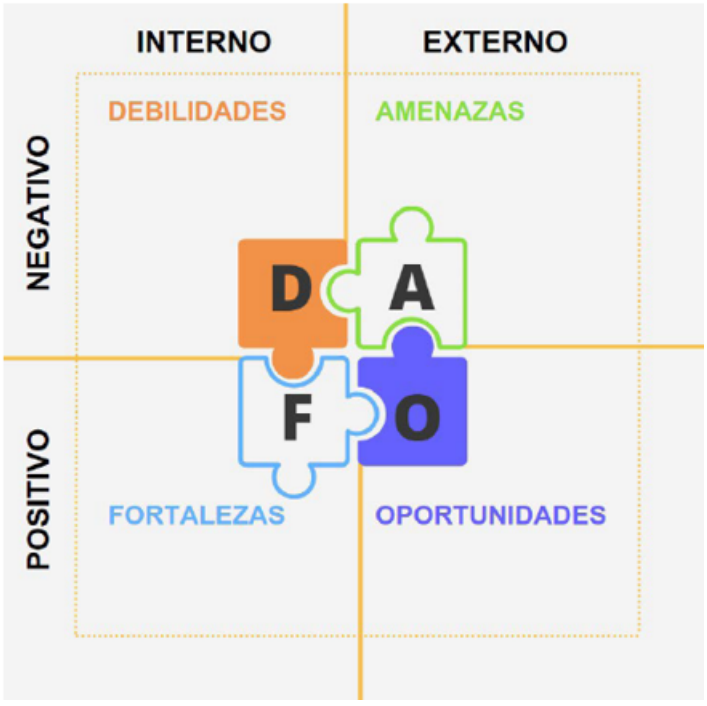
- Es interesante completar una rueda y hacer lo mismo un tiempo después, para valorar las diferencias entre una y otra.
- Para completar la tuya, debes copiar o dibujar una circunferencia como la de la derecha, decidir qué áreas vas a representar en cada porción, marcar un punto según el grado de satisfacción que tengas en cada una de ellas y unir todos los puntos.
- El dibujo debería asemejarse a un círculo. Si no es así, hay desequilibrio.
- Cuánto más pronunciados sean los picos (se estira mucho más hacia uno y otro lado), implica que se debe mejorar en las áreas más cercanas al centro.
- Una vez que tengas la rueda de la vida completa, deberás planificar ideas d mejora, para implementarlas en aquellas áreas en las que haga falta.
- Aquí se puede apreciar un ejemplo de rueda de la vida completa.
- Se trata de una persona que ha elegido esas 8 áreas, y que está muy satisfecha con su salud y amistades, algo menos con el ocio y la familia, y muy poco con su profesión, desarrollo personas, dinero y amor.
- Se propondría trabajar en las áreas en las que hay insatisfacción.



Fuente: elaboración propia.

Análisis DAFO:

Es un método de autoconocimiento, que ayuda a identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Permite conocer cuál es el punto de partida para alcanzar un objetivo deseado.



Fuente: elaboración propia.

Se trata de identificar 4 áreas. De origen interno, tenemos las fortalezas (positivo) y las debilidades (negativo), y de origen externo las oportunidades (positivo) y las amenazas (negativo).

- **Debilidad:** atributos propios que te perjudican en la búsqueda de empleo.
- **Amenaza:** características del mercado laboral que te perjudiquen.
- **Fortaleza:** atributos propios que te ayudan a encontrar empleo.
- **Oportunidad:** factores del mundo laboral que te favorezcan.

Aquí puedes observar un ejemplo de DAFO completo, orientado a la búsqueda de empleo, para saber qué aspectos tienes que tener en cuenta a la hora de elaborar el tuyo. No obstante, se pueden realizar con un punto de partida totalmente distinto a este.

Fuente: elaboración propia.

Autoconocimiento para el ámbito laboral

Procesos de selección:

- ✓ **Conociendo tus valores profesionales:** elegirás la empresa que más se adapte a ti y serás capaz de verbalizarlo en entrevistas, de forma adecuada.
- ✓ **Conociendo tus metas:** Enfocarás las oportunidades laborales que más se ajustan a tus aspiraciones y también podrás hacer frentes a preguntas que tengan relación con tu visión del futuro profesional.
- ✓ **Analizando éxitos y fracasos pensados:** identificarás todo lo que puedas aportar a la empresa y cuáles son aquellas áreas en las que estás trabajando para mejorar.
- ✓ **Conociendo todo lo posible sobre ti:** aumentará tu autoconfianza, te mostrarás más seguro/a, y esto se verá reflejado durante la entrevista de trabajo.

- ✓ **Desempeño laboral:** Evalúas tus propias reacciones emocionales: reduces el estrés, gestionas mejor las críticas y resuelves los conflictos de forma óptima.

Con autoconocimiento: mejora tu inteligencia emocional y empatía, tus habilidades interpersonales (trabajo en equipo y liderazgo efectivo). Esto repercute positivamente en las relaciones en el trabajo (nivel vertical y horizontal).

Autodeterminación: adquieres mayor autonomía, tomas decisiones más acertadas y dirigidas a la consecución de tus metas (trayectoria profesional adecuada). Tus objetivos serán más realistas (se reduce la frustración ante falsas expectativas).

Introspección y autosupervisión: aprendes a reconocer errores y resolverlos en futuras tareas.

3.1.13. Consideraciones finales:

El presente taller de autoconocimiento pretende ser un espacio enriquecedor donde explorar las diversas dimensiones de nuestro ser, los beneficios que aporta el autoconocimiento y las herramientas prácticas para cultivarlo. Se ha buscado concienciar sobre lo fundamental que resulta conocernos y mirar en nuestro interior, ya que este conocimiento es la base para construir una vida más plena y satisfactoria.

3.2. TALLER TRABAJO DE COLABORACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO

3.2.1. Introducción al trabajo en equipo

El trabajo en equipo es un "Conjunto de **conocimientos**, **habilidades** y **actitudes**, que permiten colaborar con otras personas en la realización de actividades, para lograr objetivos comunes, intercambiando información, distribuyendo tareas, asumiendo responsabilidades, resolviendo las dificultades que se presentan, y contribuyendo a la mejora y al desarrollo colectivo". (Paris *et al*., 2016).

¿Por qué es importante?

- Competencia muy valorada por las empresas.
- Competencia crítica a la hora de la contratación (en alumnado universitario que finaliza estudios).
- Primordial para superar las dinámicas de grupo en procesos de selección.
- Favorece la toma de decisiones, la resolución de conflictos, las habilidades interpersonales y el sentido de pertenencia.
- Se puede extrapolar a otros contextos: familiar, social, académico, etc.

¿Qué es trabajar eficazmente en equipo?

"Integrarse, colaborar y cooperar de forma activa y eficaz con otros, en la consecución de objetivos comunes". Ibarra et al. (2011)

¿Qué aspectos potencia el trabajo en equipo?

- Resolución de problemas y conflictos.
- Aprendizaje.
- Creatividad e innovación.
- Disminución de la carga de trabajo.
- Sinergia

3.2.2. Dimensiones del trabajo en equipo

- **Planificación y gestión**

Establece objetivos, organiza y administra tus recursos, y realiza un seguimiento de todo el proceso.

- **Comunicación eficaz**

Expresa tus ideas, sugerencias y problemas, escucha activamente las del equipo, y transmite la información de forma clara, breve y concisa.

- **Liderazgo compartido**

Fomenta un ambiente colaborativo, ayuda al resto del equipo y comparte tus conocimientos. Cuando disminuya el rendimiento o haya un clima de trabajo poco favorable, intenta proporcionar mensajes de ánimo y apaciguar la situación.

- **Resolución de conflictos**

Identifica las situaciones conflictivas, propicia el diálogo entre las partes afectadas y dirige la atención hacia el problema principal. Es importante que propongas alternativas que sean mutuamente beneficiosas.

- **Cooperación y colaboración**

Es preciso compartir la información, fomentar un ambiente colaborativo, tener predisposición para ayudar al resto, contribuir en todo momento y valorar la diversidad entre las personas que conforman al equipo (se obtienen resultados más creativos e innovadores).

3.2.3. Constitución del equipo

A la hora de constituir el equipo, es primordial tener en cuenta ciertos factores, así como establecer unas bases que permitirán que todo funcione correctamente.

Importancia de la diversidad	Siempre aporta aspectos positivos.
	Favorece la creatividad e innovación.
	Muy útil para valorar diferentes puntos de vista y experiencias.
Planificación	Organiza el trabajo desde el primer día.
	Establece un cronograma con fechas límite.
	Distribuye las tareas entre los diferentes miembros del grupo.
Comunicación	Fomenta un ambiente agradable.
	Expresa todo lo que consideres necesario, pero también escucha activamente a tu equipo.
	Transmite la información de manera que se comprenda claramente el mensaje, sin ambigüedad.
Colaboración y participación	Comparte tus conocimientos e información.
	Ayuda a cualquiera que lo necesite.
	Participa activamente y contribuye de forma significativa.

3.2.4.Seguimiento y evaluación del trabajo en equipo

Es importante llevar un adecuado seguimiento de todos los procesos, y evaluar los resultados obtenidos, al finalizar el trabajo que se ha realizado.

Planificación	Incluye en tu cronograma los plazos de entrega y quién debe realizar cada tarea.
	Consensúa qué tareas hará cada una de las personas, considerando (dentro de lo posible) sus preferencias y capacidades.
Retroalimentación constructiva	Comenta cualquier problema que pueda surgir.
	Habla de los aspectos positivos y negativos.
	No tengas miedo de solicitar información, para mejorar en todo aquello que sea posible.

Aprendizaje continuo y supervisión de procesos	Intentad reuniros frecuentemente, para ver los progresos del trabajo (presencialmente, por Meet, utilizando un documento de Drive, etc.).
	Aportad información sobre cada fase del trabajo, para poder realizar cambios en función de vuestros conocimientos.
Análisis de resultados y propuestas de mejora	Una vez finalizado el trabajo, dedicad un tiempo a analizar los resultados que habéis obtenido, con el fin de mejorar.
	Es importante valorar aquello que habéis hecho bien, pero también todo lo que os ha impedido alcanzar la nota o el resultado más alto, para que no se repita en futuros proyectos.
Consejos para gestionar el tiempo	Prioriza las tareas más difíciles y/o urgentes.
	Lleva un seguimiento de todas ellas.
	Marca metas a corto, medio y largo plazo.
	Identifica distractores e intenta eliminarlos.
	Determina el tiempo libre del que dispones.
	Intenta dejar de lado aquellas actividades que no son tan importantes y te quitan más tiempo.

3.2.4.Aplicación práctica

Existen empresas que han alcanzado el éxito, gracias a la comunicación eficaz, el liderazgo compartido, el valor de la diversidad, la cooperación y la colaboración.
Empresas de éxito:

	Interacción entre miembros de los equipos, distribución de tareas por capacidades y manifestación de la relevancia del trabajo.
	Resolución de problemas a nivel vertical sin necesidad de supervisión (autonomía).
	Desarrollo del talento, priorización de diversidad, valor de la innovación y el liderazgo.
	Interacción horizontal constante y trabajadores/as al tanto de toda la información de la empresa.

Hay numerosos sectores en los que el trabajo en equipo y una óptima coordinación, son fundamentales para la seguridad y consecución de los objetivos.

Algunos ejemplos:

- ✓ Espectáculos (conciertos, circos, teatros, etc.).
- ✓ Cuerpos de rescate y seguridad.
- ✓ Personal sanitario (equipos multidisciplinares).
- ✓ Industria (cadenas de montaje).

- ✓ Deportes de equipo.

Otros ejemplos (elaboración de una película de éxito):

- ✓ Planificación y producción: gestión de recursos materiales, económicos y personales.
- ✓ Guion elaborado.
- ✓ Casting actoral acertado.
- ✓ Elección de escenarios.
- ✓ Dirección óptima de actores y actrices,
- ✓ Fotografía, diseño de efectos digitales, trabajo de cámara, etc.
- ✓ Postproducción y marketing.

Éxito como resultado de: planificación y gestión notable, comunicación eficaz, resolución de problemas y conflictos, y una excelente coordinación de cientos de profesionales.

Consejos para dinámicas de grupo en selección de problemas:

La mayoría de dinámicas de grupo buscan evaluar:

- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Capacidad de planificación y organización
- ✓ Orientación al logro
- ✓ Comunicación
- ✓ Liderazgo (menos común de lo que parece)

Teniendo en cuenta los objetivos mencionados:

- Ten una conducta proactiva, participa en todo momento y no permanezcas inactivo/a.
- Expresa tus ideas, pero escucha las del resto del grupo, sin imponer únicamente las tuyas.
- Haz proposiciones y dirige si es necesario, pero teniendo en cuenta las opiniones de las demás personas (a veces se busca la colaboración, pero otras el liderazgo). Mantén una posición intermedia.
- Sé agradable y cooperativo/a. No te muestres demasiado impetuoso/a, ni tampoco excesivamente calmado/a.

3.2.5. Pero ¿Por qué es fundamental saber trabajar en equipo?

Es una de las 18 competencias más demandadas por las empresas (informe EPyCE, 2020)[1]. Y además ocupa la 8ª posición en perfiles *Senior* y la 4ª en *Junior.* Según Aguado et al. (2010), en este artículo, es una de las competencias críticas en alumnado universitario, para enfrentarse a las exigencias del mercado laboral.

Es muy común que las empresas requieran esta competencia, o algunas de las dimensiones que la componen, en las ofertas de empleo: Como concluyen Fidalgo *et al.* (2014), más del 65% del estudiantado que accede a las universidades, tiene carencias en esta competencia, y un 80% del profesorado de primaria y secundaria, nunca ha evaluado el trabajo en equipo.

[1] Informe EPyCE 2020 sobre Posiciones y Competencias más demandadas por las empresas. https://aedrh.org/wp-content/uploads/2021/03/EPyCE_20.pdf

3.2.6. Planificación y gestión

¿Qué es? Ser capaz de establecer objetivos de forma efectiva, organizar y administrar recursos (asignando tareas en función de las capacidades y competencias del equipo, así como de su complejidad), y conocer la manera óptima de realizar un seguimiento de los procesos.

Gestionar el tiempo:

- ✓ Elaborar un cronograma inicial (usar agendas, *Google Calendar*, etc.).
- ✓ Detallar las actividades que quieres finalizar en cada punto.
- ✓ Establecer metas a corto, medio y largo plazo.
- ✓ Priorizar tareas más urgentes y/o complejas.
- ✓ Asignar tareas en función de habilidades y capacidades.
- ✓ Llevar un seguimiento de todos los procesos.
- ✓ Identificar aquello que nos "roba" más tiempo (teléfono móvil, distractores ambientales, visitas e interrupciones recurrentes, relaciones sociales).

Ejemplo tablero *Kanban:*

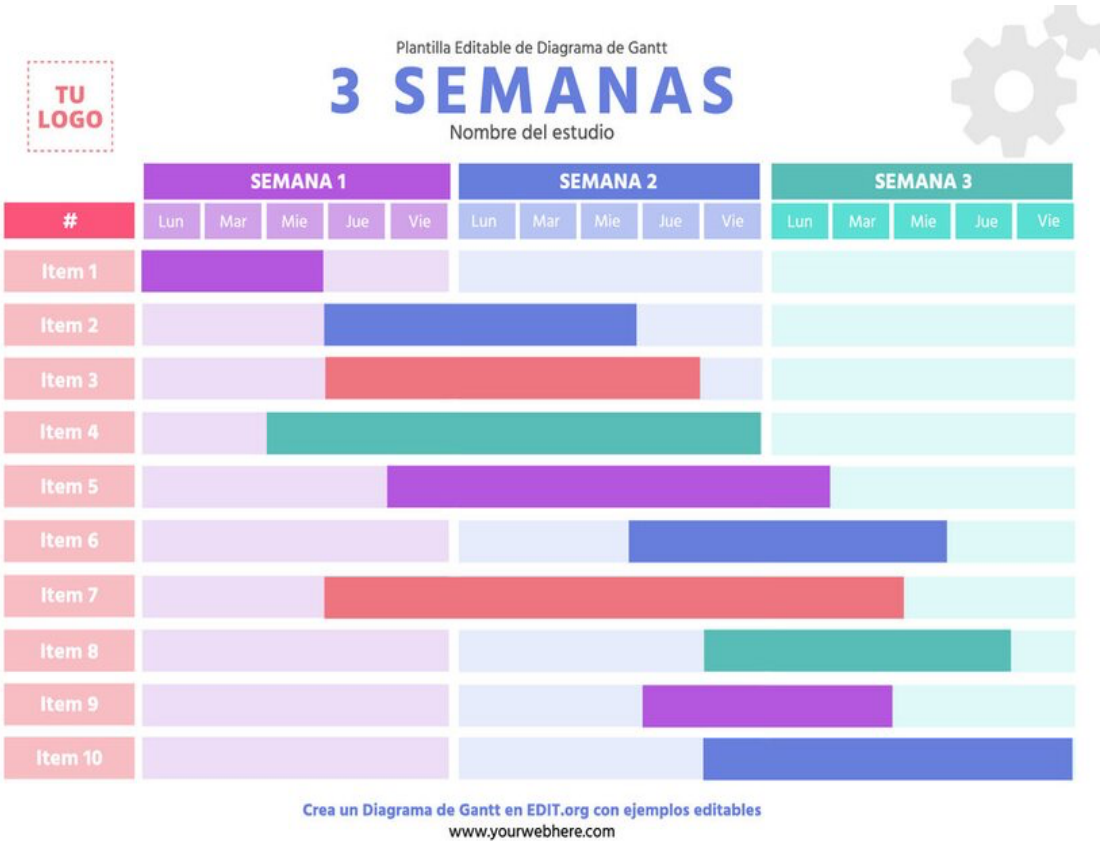
Fuente: Pixabay

Ejemplo de cronograma de equipo:

Integrantes				
Tareas				
Objetivos				
Observaciones				
Fechas de reunión				
Plazo final de entrega				
Resultados (incluyendo *feedback*)				
Propuestas de mejora				

Fuente: elaboración propia.

Ejemplo *Diagrama de Gantt:*



Fuente: Edit.org

Un ejemplo relacionado con la planificación y la gestión:

***The italian job* (2003):**

- Se conocen y valoran las capacidades de cada miembro del equipo, y se asignan tareas en función de sus diferentes habilidades.
- Se gestiona el tiempo y se establecen metas a corto, medio y largo plazo.
- Se planifica de forma minuciosa toda la operación, con los recursos necesarios, el tiempo del que disponen y el procedimiento óptimo.
- Cuando surgen complicaciones, se readapta el plan y se ajustan a los cambios, de forma satisfactoria.

Fuente: Espinof

3.2.7. Liderazgo compartido

¿Qué es? "Proceso dinámico e interactivo, entre los miembros de un equipo, cuyo objetivo es dirigirse unos a otros para lograr las metas del equipo". (Gil et al., 2011)

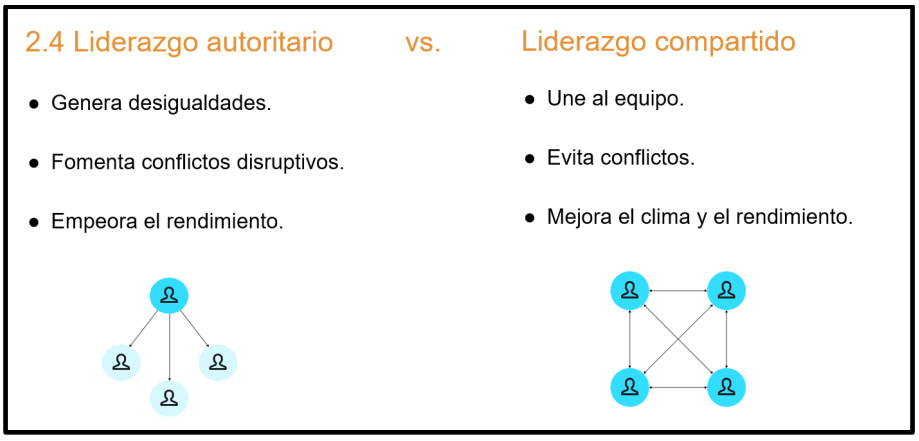
Principales características:

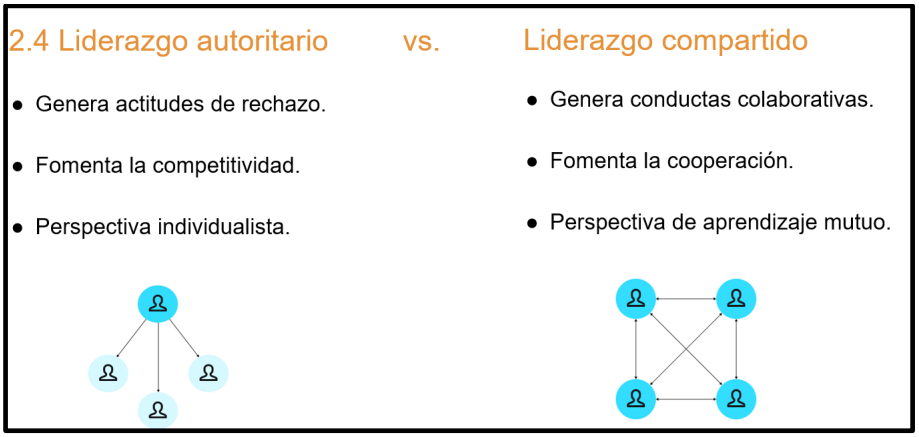
"En una organización inteligente, los líderes pueden comenzar siguiendo su propia visión, pero a medida que aprenden a escuchar las visiones de los otros, comprenden que su visión personal forma parte de algo más amplio". (Senge, 1992)

- Todas las personas son co-líderes.
- Objetivo: "comunidad de aprendizaje".
- Se genera un entorno de participación e igualdad de oportunidades de desarrollo.
- Los equipos se dirigen a sí mismos.
- Se valoran las capacidades y habilidades de todos los miembros.
- Buen clima de trabajo, alta motivación y rendimiento.

¿Cómo potenciarlo?

- Propón soluciones a problemas que vayan surgiendo.
- Encauza al grupo si se pierde de vista el objetivo.
- Proporciona *feedback* y mensajes de ánimo.
- Utiliza el humor si es preciso (de forma moderada).
- Comparte tus conocimientos.
- No facilites el surgimiento del liderazgo individual, por comodidad o inacción.





Fuente: elaboración propia.

Ejemplos de liderazgo compartido:

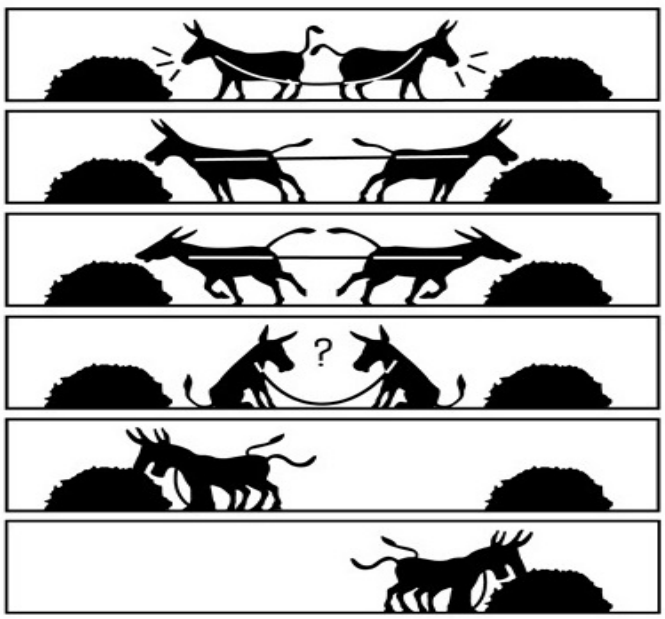
***El Club de los Cinco* (1985)**

- Cinco estudiantes muy dispares, deben pasar un día castigados, en la misma sala.
- Tienen rasgos de personalidad muy diferentes, y parecen no encajar para trabajar en equipo.
- Poco a poco, consiguen superar sus diferencias, ejerciendo un liderazgo compartido.
- Las personas aprenden a comunicarse de forma efectiva, se respetan y desarrollan soluciones trabajando juntas.

Fuente: Filmaffinity

3.2.8. Liderazgo compartido

¿Qué es? Poner en valor la diversidad en los equipos de trabajo, tener predisposición para ayudar al equipo cuando lo requiera, contribuir de forma significativa, y colaborar compartiendo recursos y conocimientos.



Fuente: neurita

Diversidad ¿positiva o negativa?

- Siempre es positiva para el trabajo en equipo.
- A mayor diferencia entre miembros del grupo, mayor porcentaje de ideas generadas.
- Incremento de la creatividad e innovación, en procesos de pensamiento divergente.
- Se combinan formas de pensar y experiencias.
- Se mejoran las capacidades comunicativas y de resolución de conflictos.
- Se favorece la empatía, al combinarse personas de diversos orígenes y formas de pensar.

Algunos consejos

- ✓ Sigue una política de tolerancia cero ante la discriminación (sea por el motivo que sea).
- ✓ Mantente abierto/a a trabajar con equipos y personas diferentes cada vez.
- ✓ Intenta huir de los prejuicios. Toda persona tiene algo que aportar.
- ✓ Muéstrate atento/a y con predisposición a ayudar.
- ✓ Mantén una conducta proactiva. No esperes que te digan qué hacer y cómo hacerlo.
- ✓ Aporta conocimientos e ideas. Se enriquecerá el proceso y el resultado será mejor.
- ✓ Ten un pensamiento práctico y funcional. Todo el equipo tiene el mismo objetivo. Hacer las cosas bien os repercute a todos/as.
- ✓ No hay que ofrecer resistencia, es mejor escuchar, comprender, asimilar y sacar provecho del cambio.
- ✓ Si hay alguna persona que no quiere trabajar, y con la que es imposible dialogar y/o negociar, es recomendable prescindir de ella (si es posible).
- ✓ En caso de que toméis esa decisión, debe ser consensuada y a la mayor brevedad posible (no esperéis a la víspera de la fecha final de entrega).

Algunos sesgos que pueden interferir en el trabajo en equipo:

Error fundamental de atribución	Sobreestimar el papel de factores disposicionales (personalidad) y subestimar el de factores situacionales. cuando se hacen juicios sobre otras personas, normalmente nos inclinamos por realizar atribuciones internas para explicar sus comportamientos e infravaloramos la influencia de factores externos. **Por ejemplo:** alguien nos contesta mal o de forma brusca.
El efecto del actor-observador	Es la tendencia a atribuir nuestra conducta principalmente a causas situacionales. Es lo opuesto al error fundamental de atribución, visto por la misma persona y no hacia el exterior. **Por ejemplo:** tengo un accidente laboral por mi propio descuido y lo atribuyo a que la infraestructura de la empresa no está en buen estado.
Percepción selectiva	Se refiere a la tendencia a seleccionar información que respalde los propios puntos de vista, ignorando la información o señales que pueden hacernos sentir incómodos.
Sesgo del falso consenso	Con frecuencia, nos utilizamos a nosotros mismos como punto de referencia. La investigación indica que (a) conocerse a uno mismo facilita ver a los demás con precisión, (b) las características de uno mismo afectan a las que se identifican en los demás y (c) las personas que se aceptan a sí mismas tienen mayor probabilidad de ver los aspectos favorables de otras personas.

	La gente suele considerar que su comportamiento, creencias, forma de actuar ante determinadas situaciones, manera de comunicarse, valores y actitudes, etc., son los correctos y "lo normal", de forma que todo lo que se salga de ahí es una desviación de la norma, y por tanto, una conducta inadecuada.
Efecto de los roles sociales	Se atribuye la conducta a las características que conforman a las personas, en lugar del rol social que está desempeñando en ese momento en concreto. Cuando una persona tiene una determinada conducta, pensamos primero en características personales, en lugar de intentar entender que el contexto social en el que se encuentra puede llevarla a actuar de esa forma concreta, más que factores de personalidad.

¿Cómo reducir/eliminar sesgos al trabajo en equipo?

- ✓ Realizar introspección (autoconocimiento).
- ✓ Saber identificar las conductas sesgadas.
- ✓ Evitar establecer sentencias o quedarse en la "primera impresión"
- ✓ Indagar en los motivos reales antes de hacer valoraciones sin base sólida.
- ✓ Buscar aspectos positivos.

3.2.8. Cooperación y colaboración

Los 9 roles de *Belbin* (1981):

9 roles diferenciados: contribuyen al éxito o fracaso del equipo. Para alguien que lidere equipos es clave detectar, gestionar y coordinar las contribuciones de cada persona al equipo. Los roles se agrupan en 3 categorías: de acción, sociales y mentales.

ROLES DE ACCIÓN		
IMPULSOR	**IMPLEMENTADOR**	**FINALIZADOR**
Contribución: Retador, dinámico, trabaja bien bajo presión. Tiene iniciativa y coraje para superar obstáculos	**Contribución:** Práctico, de confianza, eficiente. Transforma las ideas en acciones y organiza el trabajo que debe hacerse.	**Contribución:** Esmerado, concienzudo, ansioso. Busca errores. Pule y perfecciona
Debilidad permitida: Puede ser propenso a provocar, y en ocasiones puede ofender los sentimientos de la gente.	**Debilidad permitida:** Puede ser inflexible en cierta medida y lento en responder a nuevas posibilidades.	**Debilidad permitida:** Puede tender a preocuparse excesivamente y ser reacio a delegar.
No te sorprendas si descubres que: puede tornarse agresivo y malhumorado en su afán de conseguir que se hagan las cosas.	**No te sorprendas si descubres que:** Puede ser lento a la hora de renunciar a sus planes en favor de cambios positivos.	**No te sorprendas si descubres que:** Puede ser acusado de llevar su perfeccionismo al extremo.

ROLES SOCIALES		
INVESTIGADOR DE RECURSOS	**COHESIONADOR**	**COORDINADOR**
Contribución: Extrovertido, entusiasta, comunicativo. Busca oportunidades y desarrolla contactos.	**Contribución:** Cooperador, perceptivo y diplomático. Escucha e impide los enfrentamientos.	**Contribución:** Maduro, seguro de sí mismo, identifica el talento. Aclara las metas. Delega eficazmente.
Debilidad permitida: Puede ser demasiado optimista y puede perdre el interés una vez que el entusiasmo inicial ha desparecido.	**Debilidad permitida:** Puede ser indeciso en situaciones cruciales y puede tener a evitar confrontaciones.	**Debilidad permitida:** Se le puede percibir como manipulador y se puede descargar de trabajo personal.
No te sorprendas si descubres que: Puede olvidarse de dar seguimiento a las iniciativas.	**No te sorprendas si descubres que:** Puede dudar a la hora de tomar decisiones poco populares.	**No te sorprendas si descubres que:** Puede delegar en exceso, dejando para sí mismo poco trabajo que hacer.

ROLES MENTALES		
CEREBRO	**MOTIVADOR EVALUADOR**	**ESPECIALISTA**
Contribución: Creativo, imaginativo, librepensador. Genera ideas y resuelve problemas difíciles.	**Contribución:** Serio, perspicaz y estratega. Percibe todas las opciones y juzga con exactitud.	**Contribución:** Entregado, independiente, con intereses limitados. Aporta cualidades y conocimientos específicos.
Debilidad permitida: Puede ignorar los incidentes y puede estar demasiado absorto como para comunicarte eficazmente.	**Debilidad permitida:** En ocasiones carece de iniciativa y de habilidad para inspirar a otros. Puede ser excesivamente crítico.	**Debilidad permitida:** Puede contribuir solo en áreas muy limitadas y explayarse en tecnicismos.
No te sorprendas si descubres que: Puede ser despistado, abstraído u olvidadizo.	**No te sorprendas si descubres que:** Pude ser lento a la hora de tomar decisiones.	**No te sorprendas si descubres que:** Puede saturarse con una gran cantidad de información.

A modo de cierre:

- ✓ No existen roles buenos o malos.
- ✓ Equipos de éxito precisan de una combinación de personas adecuada.
- ✓ No es necesario que existan todos los roles (pueden desempeñarse más de uno).
- ✓ Potencia tu rol o aquel con el que más cómodo/a te sientas

Un ejemplo relacionado con la cooperación y la colaboración:

Titanes, hicieron historia **(2000):**

- Un equipo de jugadores de fútbol americano tiene problemas raciales con incorporaciones de jugadores afroamericanos y el nuevo entrenador (también afroamericano).
- Se consigue crear sentido de unidad en el equipo, por medio de la colaboración y cooperación, para lograr un objetivo común, que es ganar los partidos.
- El entrenador consigue que utilicen sus diferencias en su propio beneficio, para enriquecer al grupo.

Fuente: Cinematec.

3.2.9. Comunicación eficaz

¿Qué es? Expresar tus ideas, sugerencias y problemas relacionados con el trabajo en equipo, al tiempo que escuchas activamente. Transmitir la información de forma que el mensaje emitido coincida con el recibido.

ERRORES DE EMISOR/A	ERRORES DE RECEPTOR
Imprecisión o ambigüedad en el mensaje	Falta de atención
Contradicciones lenguaje verbal/no verbal	Conducta defensiva
Actitud negativa	Interrupciones
Redundancia	Proyectar preferencias
Imponer ideas	Cerrarse a nuevas ideas

Durante el trabajo en equipo:

- ✓ Preséntate y conoce a los/as demás.
- ✓ Expresa tus opiniones, ideas y sugerencias.
- ✓ Escucha activamente las del resto del equipo.
- ✓ Proporciona *feedback* sobre ellas.
- ✓ Aporta tus conocimientos e información.
- ✓ Participa en las decisiones.
- ✓ Intervén en las discusiones (posibilidad de cambio y mejora).
- ✓ No permanezcas como un sujeto pasivo.
- ✓ No esperes que las demás personas te digan lo que tienes que hacer.

Al proporcionar *feedback:*

- ✓ Da primero la información positiva.
- ✓ Sé específico/a, comenta la conducta y no tus impresiones.
- ✓ Plantea alternativas constructivas, evitando el sarcasmo y la ironía.
- ✓ Habla siempre de hechos observables y no suposiciones o conjeturas.

Al recibir *feedback:*

- ✓ Solicítalo con frecuencia.
- ✓ Pregunta concretamente por la información que te interesa.
- ✓ Evita la tentación de defenderte, atacar o refutar lo que te dicen.
- ✓ Estudia la información que te proporcionan.
- ✓ Comunica tu reacción y agradece el *feedback.*

Sé flexible:

- ✓ Intenta abrirte a nuevas perspectivas.
- ✓ Nútrete de las experiencias del resto.
- ✓ Escucha las opiniones de tu grupo.
- ✓ Aprende de las demás personas.
- ✓ Valora cualquier información y/o conocimiento que te puedan aportar.

Cuida tu comunicación no verbal:

- Establece contacto visual.
- Procura que tus gestos faciales vayan acordes a lo que quieres expresar.
- Mantén una postura ligeramente inclinada hacia delante (si estás sentado/a).
- Ayúdate de la gesticulación (acompaña al mensaje).

Un ejemplo: *Moneyball: rompiendo las reglas* (2011):

- El gerente del equipo de béisbol Oakland Athletics, Billy Beane, lleva a cabo una comunicación eficaz para lograr el éxito del equipo, con recursos limitados.
- Transmite su visión y estrategia, fomentando la colaboración y la confianza.
- Permite que el equipo comparta ideas, aporte fortalezas individuales y trabaje conjuntamente, para alcanzar metas comunes.

Fuente: LinkedIn.

Resolución de conflictos

¿Qué es? Ser capaz de identificar conflictos, abordarlos de forma constructiva, disponer de las herramientas necesarias para poder resolverlos, y aplicarlas de forma correcta, aportando soluciones que beneficien a ambas partes.

Conflicto con aspecto negativo:

- Genera altos costes personales.
- Distribuye injustamente los resultados.

- Provoca pérdidas de energía.
- Disminuye el rendimiento.
- Dificulta la comunicación y cooperación.
- Distrae de las tareas principales.
- Aumenta la motivación y el rendimiento.
- Impulsa el cambio organizacional e innovación.
- Aumenta la cohesión grupal.
- Unifica objetivos y ayuda a la cooperación.
- Descubre alternativas de mejora.
- Focaliza la atención en problemas actuales e identificación de otros no resueltos.

¿Por qué surge el conflicto?

- Es inevitable cuando hay contacto entre personas.
- Fallos en procesos comunicativo (omisión, falta de veracidad, prejuicios, precisión, ambigüedad, necesidades y expectativas).
- Relaciones intergrupales (sesgos de percepción y atribución).
- Percepción de injusticia (distribución y asignación de tareas, reconocimiento).

¿Cómo actuar ante el conflicto?

- Identificar correctamente el origen.
- Establecer un diálogo constructivo.
- Escuchar sin interrumpir ni realizar juicios de valor.
- Exponer argumentos objetivamente.
- Anotar puntos de acuerdo y desacuerdo.
- Desarrollar estrategia conjunta de resolución.

Técnicas asertivas para el manejo de críticas:

Banco de niebla	No negar las críticas. Útil en intentos de manipulación o cuando quieren que tengamos sentimientos de culpa. Se escucha y se responde con la información objetiva, no al mensaje implícito. "Comprendo lo que quieres decir, pero no lo comparto, porque me estás responsabilizando de algo que no he hecho, y he hecho todo lo posible para que esto funcione".
Interrogación negativa	Facilitar y promover la comunicación en situación de crítica. Útil en relaciones informales, para obtener más información sobre los sentimientos, ideas, etc. de la persona. "¿Por qué te molestó mi actitud del otro día? ¿En qué te gustaría que colaborase más?".
Aserción negativa	Útil cuando se aprecia de manera crítica la propia competencia personal. Enseña a aceptar los propios errores, admitiendo la crítica, pero sin permitir que se nos etiquete. "Es cierto que no miré la tarea que me mandaste, pero es la primera vez que pasa desde que empezamos este trabajo. No puedes decir que nunca miro las tareas".

Técnicas asertivas de persistencia y negociación:

Decir NO	Sin excusas ni explicaciones, pero que para ti esté justificado por qué no quieres hacer algo.
Disco rayado	Repetir un argumento que explique el propio punto de vista, ante solicitudes negativas o que no se quieran realizar. "No voy a hacer tres apartados del trabajo. Lo siento, pero no tengo tiempo. No puedo hacerlos. No tengo disponibilidad".
Acuerdo visible	Obtener una situación aceptable por las dos partes, en la que cada persona ceda algo de terreno. Se demuestra escucha activa, comprensión y la oferta de compromisos viables para ambas partes. "Si tú quieres hacer el punto 1 y 2, y yo quiero hacer el 2 y 3, podemos hacer la mitad del 2 y luego la supervisamos conjuntamente".

Técnicas asertivas de comunicación positiva:

Procesar el cambio	Cambio del foco de atención en la discusión, alejándolo de las actitudes y sentimientos y focalizarse en el tema principal. "Ahora estamos hablando de cómo solucionar el error que he tenido al hacer esta tarea, no del hecho de que se me olvidara poner el índice en el último trabajo y nos bajaran la nota el año pasado".
Aplazamiento asertivo	Aplazar la respuesta cuando se percibe que no es buen momento para responder. Dilatar una respuesta ante una crítica o afirmación. Es muy útil para no dejarse llevar y responder de forma calmada. "No quiero hablar de esto ahora. Si te parece lo hablamos mejor mañana o en otro momento".

Un ejemplo vinculado con la resolución de conflictos*: Del revés (2015):*

- Se representa el interior del cerebro de una niña, por medio de cinco personajes que reflejan las 5 emociones básicas (tristeza, ira, felicidad, asco/desagrado y miedo).
- Existen problemas, conflictos de intereses y diferentes visiones sobre cómo abordar las nuevas situaciones.
- Deben complementarse y ayudarse mutuamente, aprendiendo unos/as de otros/as, para lograr el bien común.

Fuente: Fotogramas

Otros ejemplos para la reflexión vinculados con los contenidos expuestos:

***Origen* (2010):**

- Se crea un equipo compuesto por expertos/as en su área y se lleva a cabo una planificación estratégica.
- Se asignan las tareas en función de las habilidades y capacidades de los miembros del equipo.
- Se planifica de forma minuciosa toda la operación, con los recursos necesarios, el tiempo para saltar de una capa a otra y el procedimiento óptimo.
- El resultado es más complejo y mucho mayor de lo que conseguirían de forma *individual (sinergia).*

Fuente: el comercio.pe

***Ocean´s Eight* (2018):**

- Se constituye un equipo con expertas en sus respectivas áreas, valorando sus habilidades y asignando las tareas en función de las mismas.
- Se gestiona el tiempo, estableciendo metas a corto, medio y largo plazo, y supervisando todo el plan.
- Se planifica de forma minuciosa la operación, utilizando los recursos necesarios, el tiempo del que disponen y el procedimiento óptimo.
- El resultado es más complejo y mucho mayor de lo que conseguirían de forma individual (sinergia).

Fuente: Espinof

***El Señor de los Anillos* (2001):**

- Personajes de diferentes razas resuelven sus problemas y se unen para llevar a cabo una tarea común.
- Cada uno de ellos aporta cualidades diferentes.
- El liderazgo va pasando de unos personajes a otros, en función del momento de la aventura. Todos ellos se ayudan mutuamente en distintas ocasiones.

Fuente: ABC

***Los Becarios* (2013):**

- 2 vendedores entran como becarios en Google. Allí, deberán trabajar en equipo con personas mucho más jóvenes y preparadas.
- Al principio, el resto del equipo no les valora, por su edad y falta de formación específica.
- Más adelante, su carisma y capacidad de comunicación influyen positivamente en el equipo.
- El liderazgo se va compartiendo y no existe una figura concreta que intente imponerse ante el resto.

Fuente: Dan fan a fan.

***Figuras ocultas* (2016):**

- Historia real de un grupo de mujeres afroamericanas que trabajaron como matemáticas en la NASA, durante la carrera espacial.
- Ninguna de ellas ejerce un liderazgo individual o autoritario.
- Colaboran para alcanzar sus objetivos, y valoran todas sus contribuciones.
- Se enfrentan a barreras raciales y de género, pero consiguen superarlas juntas.

Fuente: Disneyplus.

***El becario* (2015):**

- Un empleado jubilado se une a una empresa innovadora, como becario, pero está muy desactualizado.
- Al principio, no se le tiene en cuenta por su edad, pero poco a poco cambia esa concepción.
- Con el tiempo, se valora su amplia formación y experiencia.
- Enriquece el trabajo en equipo, de una forma que nadie hubiera esperado, y también aprende del resto de la plantilla.

Fuente: Sensacine.

***El diablo viste de Prada* (2006):**

- La protagonista es la joven asistente de una influyente directiva de moda.
- La comunicación vertical descendente es muy directa y concisa, pero se desarrolla de malas maneras.
- La protagonista adapta su estilo de comunicación, escucha activamente, comprende las necesidades, e intenta establecer una comunicación más eficaz.

Fuente: Fotogramas.

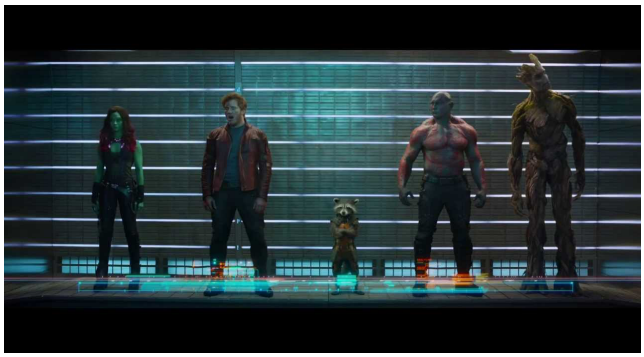
***Criadas y señoras* (2011):**

- La película se centra en la vida de empleadas domésticas afroamericanas, en los años 60.
- Es fundamental la comunicación eficaz en su entorno de trabajo diverso, y se utiliza para desafiar las normas sociales y luchar por la igualdad.
- Presencia de empatía, escucha activa y respeto mutuo, promoviendo relaciones de confianza.

Fuente: Josanmontull

***Los Guardianes de la Galaxia* (2014):**

- Se nos presenta a personajes individuales, que de hecho se cazan unos a otros al inicio de la película.
- Existen graves diferencias y conflictos.
- Descubren que deben unirse para hacer frente a un mal mayor.
- Consiguen esa unión, fortificando sus capacidades individuales y llegando a lograr objetivos mayores que los que podrían alcanzar individualmente.



Fuente: Youtube.

***The Avengers* (2012):**

- Se une a personajes que habían aparecido en películas individuales.
- Existen conflictos entre ellos.
- Se disgregan y entienden que deben volver a unirse para hacer frente a un mal mayor, superando sus diferencias.
- Un evento consigue que se unan de nuevo, fortificando sus capacidades individuales y permitiéndoles lograr objetivos mayores que los que podrían alcanzar por sí solos.

Fuente: elcomercio

3.2.10. Consideraciones finales

A lo largo de este capítulo, se ha explorado la importancia del trabajo en equipo en el contexto actual, así como las diversas dimensiones que lo conforman. Hemos visto que el trabajo en equipo eficaz no es simplemente la suma de las habilidades individuales de sus miembros, sino que requiere de una serie de competencias y actitudes que fomenten la colaboración, la comunicación y el liderazgo compartido.

De hecho, el trabajo en equipo eficaz es un proceso dinámico y complejo que requiere de la participación activa y comprometida de todos sus miembros. Al desarrollar las competencias y actitudes necesarias, podemos construir equipos de trabajo de alto rendimiento que sean capaces de alcanzar metas ambiciosas y generar resultados positivos.

Esperamos que este capítulo haya sido de utilidad para comprender su importancia y dinámicas. Ahora toca poner en práctica los conocimientos adquiridos.

3.3. TALLER PARA EL FOMENTO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO: RE-PENSAR PARA RE-PENSAR-SE

3.3.1. ¿De qué hablamos cuando nos referimos al pensamiento crítico? Y ¿Por qué es importante fomentarlo?

El pensamiento crítico es el pensamiento razonado y reflexivo que se centra en decidir qué creer y qué hacer. No es un pensamiento automático, ni mecánico sino todo lo contrario puesto que es intencionado, reflexionado y propositivo. Según Núñez-López, Ávila-Palet y Olivares-Olivares (2018) "el pensamiento crítico es la habilidad más valiosa que la universidad puede transmitir a sus graduados y se ha convertido en una meta de aprendizaje en todas las disciplinas".

3.3.2. ¿Cambiar de idea? ¿Somos adictos a tener razón?

Con el tiempo acumulamos opiniones, creencias, que pasan a conformar lo que llamamos identidad construida o ego ¿se produce una identificación? Si alguien "ataca" esas posesiones mentales ¿lo sentimos como si lanzara un ataque personal? ¿confundimos pensamiento e identidad? ¿Las resistencias que sentimos ante ideas no afines es proporcional al grado de apego que tenemos a las propias? ¿tenemos poca disponibilidad para cambiarlas por otras?

> "Una creencia es algo a lo que te aferras porque crees que es verdad"
> Deepak Chopra

El objetivo de toda creencia no es, como debería ser, contrastarse, sino validarse una y otra vez, aunque sea a la fuerza: "Querer tener razón es la enfermedad crónica de la humanidad", (Samsó, 2014)

Una reflexión:

> "Con frecuencia utilizo la palabra historia para referirme a los pensamientos o secuencias de pensamientos que tenemos el convencimiento de que son reales. Una historia puede ser sobre el pasado, el presente o el futuro; sobre cómo deberían ser las cosas, como podrían ser o por qué son. Las historias aparecen en nuestra mente cientos de veces al día. Las historias son teorías que no han sido probadas ni investigadas y que nos explican el significado de estas cosas. Ni tan siquiera nos damos cuenta de que son teorías. ¿En qué medida tu mundo está construido por historias que no has examinado?". (Katie y Mitchell, 2022)

¿Qué "historias" te cuentas? ¿Pones en cuestión tu propio relato?

Además, entre las carencias más comunes en nuestros procesos argumentales y de pensamiento encontramos (Heath y Heath, 2014):

- Sesgos/atajos mentales.
- Considerar demasiadas pocas opciones.
- Plantear las decisiones en términos binarios.
- Condicionamiento emocional cortoplacistas.
- Asumir como ciertas argumentaciones falaces.

3.3.3. Interferencias en el proceso argumental: Los sesgos

¿Qué pasaría si esa tergiversación viniera de nosotros mismos? ¿Cuánta información recopilamos antes de tomar una decisión importante?

¿Los sesgos cognitivos impactan en nuestro proceder con la misma naturalidad con la respiramos?

Según **Ramón Nogueras**, Psicólogo, profesor de la universidad de Granada, así afectan los sesgos cognitivos a nuestro pensamiento racional (en Lozano, 2019): "Los sesgos son atajos, son formas de conservar energía y tiempo", "cumplen una función de ahorro de tiempo. Una cualidad vital en el pasado, cuando la supervivencia resultaba más incierta, y el instinto era vital para sobrevivir", "Una decisión rápida era decisiva entre la vida y la muerte".

Resulta difícil relacionarnos sin que "nos vengan a la cabeza" determinados juicios acerca de la información que estamos consultando, la persona con la que conversamos o la situación a la que nos enfrentamos.

Según **María Fornet** (2018), debemos hacer esos (pre)juicios conscientes, y una vez reconocidos, explorar esa situación/información desde otro lugar, con una mirada más amplia.

En este sentido, Nogueras, señala que "Tendemos a pensar que nuestro razonamiento es lógico, basado en evidencias" y "asumimos automáticamente que somos justos y racionales", "Generamos una ilusión de solidez, de racionalidad que en verdad no es tal". (en Lozano, 2019).

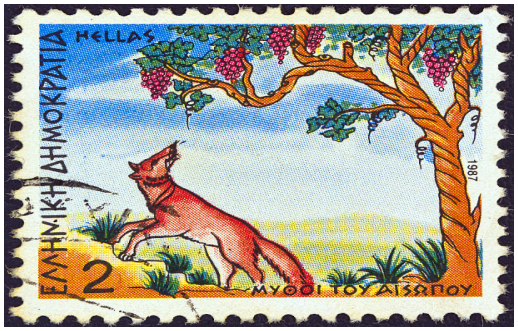
A continuación, exponemos algunos de los sesgos más frecuentes en nuestro día a día:

SESGOS/ATAJOS COMUNES	
Efecto avestruz	Es el sesgo que nos hace ignorar información contraria a nuestro posicionamiento.
Sesgo de disconformidad	Es la tendencia a realizar un crítico escrutinio de la información cuando contradice nuestras principales creencias.
Efecto foco	Ocurre cuando las personas prestan atención solamente a un determinado punto o aspecto de un evento, ignorando el resto.
Prejuicio de punto ciego	Negamos nuestros propios prejuicios y vemos claramente los externos.
Sesgo de *status quo*	Tendencia de algunas personas a valorar o apreciar, en mayor medida, las cosas que permanecen estables durante mucho tiempo
Sesgo de autoridad	Confiamos/estamos más a menudo influenciados por las opiniones de aquellas personas que consideramos figuras de autoridad, aunque no sean especialistas en la materia en cuestión.
Efecto de anclaje	La tendencia a confiar demasiado en la primera información que nos ofrecen o consultamos.
Profecía autocumplida	Consiste en provocar algo que tememos que ocurra mediante el "autoboicot" -autocondicionamiento-.
Efecto encuadre	Se trata de establecer conclusiones en virtud de cómo se presente la información. Unos mismos datos pueden llevarte a pensar una cosa u otra en función de cómo te sea transmitido. El encuadre de la información puede favorecer una interpretación u otra *(framing)*.
Sesgo de atribución hostil	Consiste en la tendencia a interpretar los comportamientos de los demás como si tuvieran una intención hostil, incluso cuando el

	comportamiento es ambiguo o positivo. Sucede cuando estamos "a la defensiva" ante algo o alguien.
Sesgo postdecisional	Es la tendencia a recordar las decisiones/acciones propias como mejores de lo que realmente fueron. O incluso tendencia a distorsionar lo ocurrido con el objetivo de autojustificarnos -conexión con disonancia cognitiva-.
Sesgo memorístico	Tiene lugar cuando recordamos hechos de forma distorsionada -generalmente a nuestro favor- o cuando inconscientemente nos otorgamos experiencias que les han sucedido a otras personas.
Percepción selectiva	Tendencia en la cual las ansias, esperanzas o ilusiones distorsionan nuestra percepción. Confundimos el deseo con la realidad, seleccionando la información que refuerza la situación anhelada.

3.3.4. Interferencias en el proceso argumental: Disonancias cognitivas

Una historia: ***La zorra y las uvas,*** fábula de Esopo
"Cuando la zorra no consigue alcanzar las uvas, decide que no las quiere".



Fuente: Pixabay

La fábula de *La zorra y las uvas* ilustra de manera sencilla la teoría de la disonancia cognitiva. Esta teoría, propuesta por el psicólogo Leon Festinger (1957), sostiene que las personas experimentan una incomodidad o tensión cuando mantienen simultáneamente dos ideas, creencias o actitudes que son contradictorias o inconsistentes entre sí.

En el caso de la zorra, su deseo de alcanzar las uvas y su incapacidad para hacerlo generan disonancia. **Para resolver esta tensión, la zorra cambia su actitud hacia las uvas,** decidiendo que en realidad no las desea, lo que le permite reducir la disonancia y mantener una coherencia entre sus pensamientos y acciones. **La zorra fuerza sus creencias en relación al deseo de las uvas para reducir su tensión interna.**

El efecto sesgo post decisional: incluso autojustificamos "errores", buscamos la manera de estar contentos con la postura/decisión tomada pase lo que pase, con el objetivo de reducir la disonancia cognitiva.

¿Cómo detectar y reducir este tipo de interferencias?

Debemos tomar conciencia de su existencia, y a partir de aquí:

"Analizarse, hacerse pequeñas pruebas para ver a qué sesgos uno es más proclive", Pedro Rey, profesor de Economía del Conocimiento de Esade. Debemos "forzarnos a ampliar opciones, buscar información en contra de la opción favorita, o aprender a manejar las emociones a corto plazo". "Luchar contra los sesgos es, en cualquier caso, hacerlo contra nosotros mismo". Según Ramón Nogueras (en Lozano, 2019).

¿Has detectado alguno de estos sesgos en tus procesos de toma de decisiones?

3.3.5. Interferencias en el proceso argumental en la era de la "infodemia"

Algunos conceptos clave

Infodemia	El término infodemia, que se emplea para referirse a la sobreabundancia de información (alguna rigurosa y otra falsa) sobre un tema.
Desinformar	1. tr. Dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines. 2. tr. Dar información insuficiente u omitirla.
Desinformación	1. f. Acción y efecto de desinformar. 2. f. Falta de información, ignorancia.
Bulo	1. Noticia falsa propalada con algún fin.
Posverdad	1. Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales.

Fuente: RAE

El impacto de la infodemia, la desinformación, los bulos y la posverdad en términos d pensamiento crítico es significativo y multifacético. Estos fenómenos, impulsados en gran medida por la proliferación de información en línea y la facilidad de difusión a través de redes sociales y otras plataformas digitales, plantean desafíos importantes para la capacidad de las personas para analizar la información de manera objetiva y tomar decisiones informadas.

Infodemia: La sobrecarga de información, a menudo contradictoria o confusa, dificulta la identificación de fuentes confiables y la distinción entre información precisa y falsa. Esto puede llevar a la confusión, la ansiedad y la dificultad para tomar decisiones informadas sobre temas importantes.

Desinformación: La difusión deliberada de información falsa o manipulada con el objetivo de engañar o influir en la opinión pública socava la confianza en las instituciones y en los medios de comunicación. Esto puede tener consecuencias graves para la democracia y la cohesión social.

Bulos: Los rumores y noticias falsas que se propagan rápidamente a través de las redes sociales pueden generar pánico, confusión y reacciones emocionales desproporcionadas. Esto puede llevar a la toma de decisiones impulsivas y potencialmente perjudiciales.

Posverdad: La tendencia a priorizar las emociones y las creencias personales sobre los hechos objetivos dificulta el debate racional y la búsqueda de soluciones basadas en evidencia. Esto puede polarizar a la sociedad y dificultar la resolución de problemas complejos.

De vital importancia:

- La infodemia, la desinformación, los bulos y la posverdad representan desafíos importantes para el pensamiento crítico en la actualidad.
- Es fundamental desarrollar habilidades de pensamiento crítico y alfabetización mediática para poder navegar por el complejo panorama informativo actual y tomar decisiones informadas.
- Esto implica cuestionar la información, verificar las fuentes, identificar sesgos y buscar perspectivas diversas.

Herramientas para combatir la desinformación:

Las agencias de verificación de noticias son organizaciones o iniciativas que se dedican a investigar y evaluar la veracidad de la información que circula en los medios de comunicación y en las redes sociales. Su objetivo principal es combatir la desinformación, las noticias falsas y la propaganda, y promover la difusión de información precisa y verificada. Estas agencias desempeñan un papel fundamental en la sociedad actual, ya que nos ayudan a distinguir entre la información confiable y la que no lo es.

Algunas Agencias de verificación: Maldita.es, Newtral, EFE Verifica, International Fact-Checking o Fact Check Explorer. Todas están incluidas en la IFCN (International Fact-Checking Network). Además, las instituciones y organismos internacionales han ido elaborando sus códigos de buenas prácticas. Un ejemplo: ***Código de Buenas Prácticas*** en materia de desinformación de 2022, Comisión Europea[2].

Antes de continuar, cabe hacer la siguiente reflexión: ¿Somos omnipantalla? "Pero he aquí que vivimos en un mundo donde la imagen ha ganado el terreno a la palabra, donde la omnipantalla invade cada rincón de nuestra cotidianidad, marcando el devenir de la razón y sustituyendo a la palabra como fuente de análisis". Por esto debemos ponernos inmediatamente "manos a la obra" si queremos resucitar la capacidad de pensar críticamente (Ruiz, 2018).

ALGUNOS DATOS:

A nivel mundial, las personas pasan a diario **6 horas y 57 minutos de media frente a una pantalla** por actividades relacionadas con Internet. La mayor parte de ese tiempo se emplea en dispositivos móviles (3 horas y 43 minutos). Generalmente incluye una media de 2 horas y 27 minutos en redes sociales.

Según estos datos, y partiendo de la base de que dormimos de media 8 horas al día, **pasamos delante de una pantalla casi el 44 % del tiempo que estamos despiertos.**

Feel Good Contacts analizó la pérdida de visión en varios países debida a prolongados tiempos frente a una pantalla. En España, un 6,8 % de los usuarios de Internet sufrió algún grado de pérdida de visión en 2021.

(DataReportal, 2024)

[2]**Código de Buenas Prácticas** en materia de desinformación de 2022, Comisión Europea https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/code-practice-disinformation

3.3.6. *Frames*-marcos mentales

Una historia: El hombre y el león viajero (Fábula de Esopo):

"Un día en que viajaban juntos un hombre y un león andaban discutiendo sobre quién era más fuerte.
Fue entonces cuando junto al camino encontraron una estatua de piedra que representaba a un hombre estrangulando a un león.
-Ahí ves que somos más fuertes que vosotros (dijo el hombre al león)
-Si los leones supieran esculpir, verías a muchos más hombres en las garras del león (sonrió el león)".

Fuente: Pixabay

El *framing,* o encuadre, se refiere a cómo se presenta una información o un tema, lo cual puede influir en gran medida en cómo lo percibimos y entendemos. Este proceso puede afectar nuestro pensamiento crítico de diversas maneras:

Selección de información	El *framing* puede destacar ciertos aspectos de un tema mientras omite otros, lo que puede limitar nuestra comprensión del panorama completo.
Lenguaje y tono	Las palabras utilizadas y el tono empleado pueden evocar emociones y asociaciones que influyen en nuestra opinión sobre el tema.
Contexto	La forma en que se enmarca un tema dentro de un contexto específico puede alterar su significado y nuestra interpretación del mismo.
Sesgos cognitivos	El *framing* puede apelar a nuestros sesgos cognitivos preexistentes, lo que puede reforzar nuestras creencias existentes y dificultar la consideración de perspectivas alternativas.

Es importante ser conscientes del poder del *framing* y analizar críticamente la información que recibimos. Al cuestionar cómo se presenta un tema -en qué marco o encuadre- y considerar diferentes perspectivas, podemos evitar ser influenciados por encuadres que limitan nuestro pensamiento crítico.

Recuerda: Un encuadre es un envoltorio (planteamiento) que alienta ciertas interpretaciones y desalienta otras.

Un ejemplo ¿Qué conjunto de palabras te evoca la idea de redes sociales?

MARCO A	MARCO B
Comunicación, conexión, acceso a la información, rapidez, apertura, posibilidad de conocer más gente, acceso gratuito a un amplio abanico de actividades/entretenimiento, función divulgativa.	Control, acoso, suplantación de identidad, merma de la privacidad, propagación de noticias falsas, desconexión con la realidad, adición, cosificación, hipersexualización, sedentarismo…

¿Qué posicionamiento general te transmite el marco A? ¿Y el marco B?

Ahora es tu turno ¿Qué conjunto de palabras se te "activan" cuando piensas en la Inteligencia Artificial? ¿Las podrías clasificar en la siguiente tabla?

	Marco PELIGROS	Marco VENTAJAS
Palabra 1		
Palabra 2		
Palabra 3		
Palabra 4		
Palabra 5		
Palabra 6		

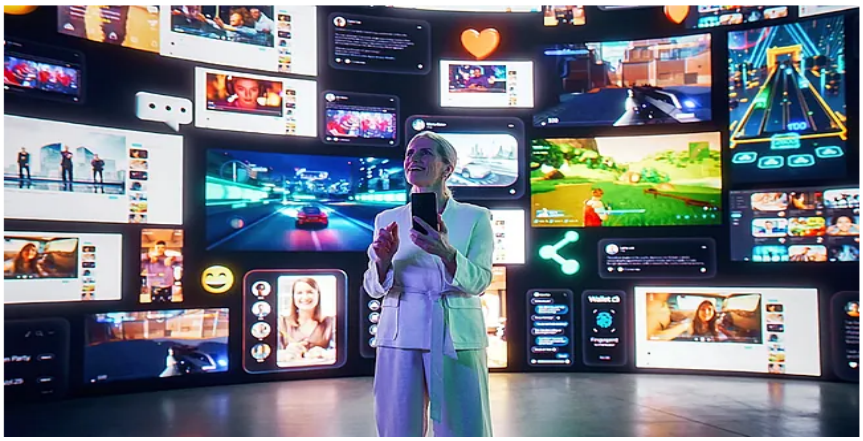
¿Qué reflexiones extraes tras realiza la dinámica?

En conexión, otro ejercicio: Diferentes interpretaciones sobre una misma noticia sobre el *Día de la Publicidad.*

El uso de la inteligencia artificial revoluciona el márketing

El fuerte impacto del 'machine learning' y el razonamiento computacional en la publicidad está transformando la industria, afectando a aspectos que abarcan desde la medición de datos hasta la personalización de audiencias.

Comentar



Fuente: (Arbalejo, 2025), El Mundo

MARCO DE INTERPRETACIÓN "NEGATIVO":

La creciente adopción de la inteligencia artificial (IA) en la publicidad **plantea serias dudas** sobre el papel de la creatividad humana en el futuro de la industria. Si bien la IA ofrece herramientas poderosas para optimizar campañas y personalizar audiencias, **su capacidad para generar ideas originales y conectar emocionalmente con el público sigue siendo limitada.**

La **dependencia excesiva** de la IA podría llevar a una **homogeneización de la publicidad**, donde los algoritmos y el "machine learning" **priorizan la eficiencia sobre la innovación y la diversidad creativa.** Además, la **automatización** de tareas creativas **podría desplazar a profesionales del sector y erosionar el valor del pensamiento crítico y la sensibilidad humana en la publicidad.**

En este escenario, el **Día de la Publicidad** se convierte en una reflexión sobre el **riesgo de perder la esencia humana** de la creatividad en un mundo cada vez más **dominado** por la IA.

IDEAS FUERZA: Limitada, dependencia excesiva, homogeneización, perdida de la creatividad y de la conexión emocional, erosión del pensamiento crítico, RIESGO DE PERDER LA ESENCIA HUMANA ante el DOMINIO DE LA IA.

MARCO DE INTERPRETACIÓN "NEGATIVO":

La creciente adopción de la inteligencia artificial (IA) en la publicidad no es una amenaza, sino una **oportunidad** para **impulsar la creatividad humana a nuevas alturas.**
Si bien la IA ofrece herramientas poderosas para optimizar campañas y personalizar audiencias, su **verdadero potencial** reside en **liberar a los creativos de tareas repetitivas y operativas.**

Al automatizar **procesos tediosos, la IA permite a los profesionales de la publicidad concentrarse en lo que mejor saben hacer**: generar ideas originales, crear narrativas convincentes y conectar emocionalmente con el público.

En lugar de reemplazar la creatividad humana, la IA se convierte en un **aliado que amplifica su impacto,** permitiendo a los creativos explorar nuevas formas de expresión, experimentar con formatos innovadores y crear experiencias publicitarias más personalizadas y relevantes. En este escenario, el Día de la Publicidad se convierte en una celebración del ingenio humano y su **capacidad para reinventarse en un mundo impulsado por la tecnología.**

IDEAS FUERZA: oportunidad, impulso de la creatividad, potencial, libera a los creativos y les permite hacer aquello que verdaderamente tienen que hacer, ALIADA.

3.3.7. Identificación de falacia

Falacia: "Engaño, fraude o mentira con que se intenta dañar a alguien" (RAE).

Pero, la construcción falaz, **puede ser intencionada o no.**

Las falacias son errores de razonamiento que debilitan o invalidan un argumento. Su impacto en el pensamiento crítico es significativo, ya que pueden obstaculizar nuestra capacidad para evaluar la información de manera objetiva y tomar decisiones informadas. Al no ser conscientes de las falacias, podemos ser engañados por argumentos aparentemente convincentes pero que en realidad son falaces. Esto puede llevarnos a aceptar conclusiones falsas, tomar decisiones equivocadas o incluso ser manipulados por otros. Por lo tanto, es fundamental desarrollar

habilidades de pensamiento crítico que nos permitan identificar y evitar falacias tanto en los argumentos de otros como en los nuestros.

¿Un posible antídoto? Conocer cómo suelen aparecer + escucha activa + contraste de la información

Falacia *Ad Populum*	
Explicación	Se trata de validar una opción en base a la cantidad de gente que la "sigue". Que la mayoría de gente opte por una opción NO significa que sea la mejor. O incluso puede consistir en apelar a construcciones tipo: "todo el mundo sabe…" "o como todos los compañeros han dicho". ➢ Asumir la opinión colectiva como veraz sin contrastar, ➢ O apelar a lo colectivo falazmente para validarse…
Ejemplos	"Millones de personas no pueden estar equivocadas", "Es una película taquillera, te gustará", "En ese bar hay camiones aparcados, la comida será buena" "Como todo el mundo sabe" o "Eso es así, lo sabe todo el mundo", "Todo el mundo sabe que esta persona es así"

Falacia del muñeco de paja	
Explicación	Un espantapájaros es un muñeco de paja que se pone en los campos para asustar a los pájaros y ahuyentarlos. Tiene la apariencia de un ser humano, pero no lo es, es solo una caricatura. Lo que ocurre en la falacia del espantapájaros es que en lugar de criticar exactamente lo que ha dicho nuestro oponente, se ataca una versión manipulada, desfigurada, exagerada o caricaturizada de lo que realmente se ha dicho, siendo esta mucho más fácil de criticar.
Ejemplo	"Las personas ecologistas se preocupan más por el bienestar de los insectos que por el de las personas".

Falacia *Post Hoc Ergo Propter Hoc*	
Explicación	Consiste en plantear que una cosa es causa de otra por el mero hecho de suceder consecutivamente, o aparentemente coincidir. Esta falacia tiene la siguiente estructura lógica: • A sucede antes que B • Entonces A es la causa que origina B **Se suele confundir correlación, causalidad, casualidad…** Muchas veces se defiende que existe causalidad entre A y B porque interesa culpar a X cosa, demonizarla. Así se ocultan los motivos reales, se desvía la

	atención de la verdadera causa. Incluso en ocasiones problemas multicausales se plantean como unicausales, aportando explicaciones carentes.
Ejemplo	"Pasé por debajo de una escalera e inmediatamente recibí una mala noticia. Por lo tanto, efectivamente, pasar por debajo de una escalera causa mala suerte".

Falacia *Wishful thinking*	
Explicación	*Wishful thinking*-o falacia de los pensamientos ilusorios. Tendencia a confundir nuestros deseos con la realidad. Nos quedamos con lo que sería más agradable/deseable en vez de optar por la efectiva búsqueda/reconocimiento de la verdad. En muchas ocasiones deseamos una solución única, sólida, eficaz, clara y certera a los grandes problemas a los que nos enfrentamos como sociedades, pero los fenómenos complejos (por ejemplo: la proliferación del discurso de odio) necesitan de soluciones más sofisticadas y multifocales. Esta construcción falaz también puede aparecer cuando calculamos el tiempo/energía que debemos invertir en algo (cálculo temporal excesivamente optimista, que no suele incluir la posibilidad de que surjan imprevistos).
Ejemplo	"Todo se soluciona desde las escuelas". "Tengo tiempo de sobra, la entrega es dentro de seis meses",

Falacia de la fórmula mágica	
Explicación	Cuando se plantea, ante problemas complejos, una propuesta de solución a modo de "fórmula mágica" o "pócima" (muy conectada con falacia *Wishful thinking*). Los problemas son mucho más complejos, normalmente multicausales, por lo tanto, requieren de soluciones complejas y graduales. Por lo tanto, pensar en una solución instantánea o inmediata resulta falaz.
Ejemplo	"Si se prohibiera el alcohol se solucionaría el problema del alcoholismo" "Si verdaderamente se endurecieran las penas ya no habría asesinatos"

Falacia del falso dilema o la falsa disyuntiva	
Explicación	Consiste en simplificar la realidad: En lugar de señalar la existencia de más alternativas, se aporta una visión sesgada, aportando solamente dos opciones excluyentes (A vs B). Y si se opta por una la otra queda totalmente descartada.
Ejemplo	O estás conmigo o estás contra mí. O estás totalmente a favor o estás totalmente en contra.

Falacia de la generalización apresurada	
Explicación	Consiste en realizar una conclusión general a partir de hechos aislados o en base a pocas evidencias. Se trata de confundir UNA PARTE con EL TODO. Está falacia está conectada con la de TOMAR UNA PARTE POR EL TODO: Por ejemplo, poner el FOCO solamente en los CASOS DE MALA PRAXIS, invisibilizando todos los caos de buen uso, o de beneficios.
Ejemplo	En ese restaurante se come fatal, una vez me sirvieron un arroz y le faltaba sal.

Falacia de la pendiente resbaladiza o efecto dominó	
Explicación	Sugiere que una acción iniciará una cadena de eventos que culminarán en un evento posterior predecible sin aportar argumentos suficientes. También suele darse una especie de exageración de las consecuencias: • "A" sucede. • Si "A" sucede, "B" inevitablemente sucederá. • "B" es un suceso detestable. • Por lo tanto, "A" también es detestable. Importante: La conexión entre el suceso A y suceso B puede ser falaz o no serlo y depende de si se aportan suficientes argumentos.
Ejemplo	Si los Estados empiezan a regular las redes sociales pronto censurarán muchos contenidos, y finalmente solamente tendremos únicamente acceso a su "verdad", perderemos totalmente la libertad de expresión.

Falacia *ad verecundiam* o "llamada a la relevancia"	
Explicación	O argumento a la autoridad Consiste en aludir al prestigio de la persona o grupo…sin aportar razones. También puede consistir en hacer referencia a una persona conocida o experta, pero no exactamente en esa materia.
Ejemplo	"El premio Nobel de física ha dicho que su país debe invertir más dinero en armas para garantizar así la seguridad de la ciudadanía". "La *youtuber* X ha dicho que el pago de impuestos en este país es un auténtico robo, por lo tanto, considero que no debería pagarlos aquí" ¿Es realmente un referente en la materia?

Falacia del argumento circular	
Explicación	Se aportan diferentes versiones del argumento, pero no evidencias del mismo. Se confunde desarrollo argumental con la mera repetición.
Ejemplo	1. El humor está limitado por el respeto a la dignidad de las personas. 2. Debemos respetar a las personas, por ello no podemos hablar de un humor ilimitado. 3. Se debe ejercer el humor teniendo en cuenta la dignidad de las personas.

¿Te has enfrentado a construcciones falaces como las expuestas? ¿Conoces más tipos?

3.3.8. El proceso de construcción argumental

- ✓ Referenciar Informes y hacer alusión directa a datos concretos (fuentes primarias - principalmente- o secundarias).
- ✓ Citar a organismos internacionales + personas expertas.
- ✓ Noticias relacionadas como complemento (actualidad y relevancia del tema).
- ✓ Ejemplos (ilustrativos).
- ✓ Testimonios (aportar cercanía).
- ✓ Acompañar con imágenes (valor añadido).

Sistema de construcción argumental ARE

1. **A**firmación, ¿De qué me quieres convencer?
2. **R**azonamientos, ¿Por qué me tengo que creer lo que dices?
3. **E**videncias, ¿En qué te apoyas para decir eso?

Recomendaciones:

- ✓ Recomendamos apostar por tres/cuatro argumentos convincentes, con el objetivo de apuntalarlos de forma sólida con evidencias y ejemplos potentes.
- ✓ Los argumentos deben de ser concisos, claros, y deben mostrar coherencia y cohesión en su conjunto.
- ✓ Se recomienda tener algún argumento extra en la recámara, pero éste debe ser complementario.
- ✓ Incorporar crítica constructiva y propuestas de mejora.

EJEMPLO	¿Se debe regular la publicidad sobre alimentos con altos niveles de azúcar añadido dirigidas a niños/as?
Posible construcción argumental	Según datos recogidos en un estudio **del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Granada** (publicado en enero de 2023 en la *revista Nutrients*): prácticamente **el 30% de la población infantil española tiene exceso de peso;** un dato alarmante en términos de salud pública. Concretamente: la población infantil española consume más del doble de los gramos diarios recomendados por la OMS (25 son los diarios recomendados y se consumen hasta 55,7 gramos). El 65 % de los azúcares extra que consumen los menores procede de alimentos con un bajo aporte de nutrientes, como galletas y refrescos. Y solo el 35% procede de alimentos con alto contenido de nutrientes (como los postres lácteos, los cereales de desayuno, batidos envasados con al menos un 90% de leche y yogures). El informe insiste en la necesidad de revisar la dieta de los menores para priorizar los alimentos que aporten más nutrientes y menos azúcares añadidos, así como la reformulación de los productos por parte de la industria alimentaria. Pues estas cifras son "muy preocupantes", ha alertado **Jesús Francisco Rodríguez, catedrático de Fisiología de la UGR y autor principal de la investigación.**

	Por ende, una medida complementaria podría ser: regular la publicidad sobre alimentos con altos niveles de azúcar añadido dirigidos a niños/as, evitando la apología de su consumo y la banalización de las consecuencias de su consumo.

¿Qué carencias presenta esta argumentación? ¿Qué aciertos observas en el proceso argumental?

Búsqueda de fuentes:

- ✓ Dialnet, *Google Scholar* y similares.
- ✓ Bases de datos (Aranzadi, por ejemplo).
- ✓ Organismos Internacionales, Ministerios, Observatorios, Institutos y centros de investigación.
- ✓ Sindicatos, ONGs o similar.
- ✓ Medios de comunicación de referencia y contrastados (apuntalado por sistema de verificación).
- ✓ Agencias de verificación de información.

Errores más comunes en el proceso de construcción argumental:

1. **Superficialidad** en la explicación.
2. **Premisas que** se dan por sentadas, pero **no se justifican o apuntalan** suficientemente.
3. **Falta de claridad.** Se deben definir los términos clave, evitando ambigüedades ¿De qué hablamos exactamente?
4. **Tomar la excepción como el todo,** aportando una visión incompleta y desfigurada.
5. **Extrapolar experiencias/ejemplos sin tener en cuenta que se tata de contextos muy diferentes** (Por ejemplo, el sistema educativo noruego como comodín, o "panacea"-falacia de la fórmula mágica…).
6. **Desviación del tema objeto de debate**. En ocasiones el debate toma otros "derroteros" y tendemos a dejar a un lado el verdadero objeto de debate, centrándonos en cuestiones menores o secundarias (de forma consciente o inconsciente).

Para ampliar información respecto a los errores más comunes en el proceso de construcción argumental recomendamos: **Fabregat, De la Puerta y González (2020). *Debatir bien, una asignatura pendiente.* Alienta Editorial.**

3.3.9. La escucha activa

¿Cuánto escuchamos? ¿Estamos esperando a que el otro termine para "escupir" nuestra versión? Escuchar requiere de paciencia, tiempo y predisposición… ¿Estamos dispuestos?
Muchas veces las conversaciones, o los debates, se convierten en **caminos paralelos** que no se cruzan, convirtiéndose en un acto comunicativo estéril. Debemos escucharnos verdaderamente, debatir, dialogar en el mismo "tatami", **compartir "arena" dialéctica.**

Ventajas de la escucha activa:

- ✓ Permite minimizar los malentendidos.
- ✓ Mejora la toma de decisiones.
- ✓ Nos permite perfeccionar posicionamientos.
- ✓ Reduce la polarización.
- ✓ Contribuye a la resolución de conflictos.

- ✓ Favorece la empatía.
- ✓ Reduce los prejuicios/sesgos.
- ✓ Aporta apertura.
- ✓ Incluso nos permite cambiar de idea, pulirla o matizarla.

En definitiva, la escucha activa resulta fundamental en términos de pensamiento crítico, además enriquece enormemente nuestras vidas.

3.3.10. El poder de las imágenes

A través de las imágenes podemos:

- ✓ Apuntalar nuestro argumentario.
- ✓ Reforzar el *frame* coherente con el posicionamiento por el que se opte.
- ✓ Nutrir el debate.
- ✓ Abrir nuevas vías de diálogo y reflexión….
- ✓ Incluso poner un ejemplo antagónico a nuestro posicionamiento.

Un ejemplo: Las viñetas.

Las viñetas, a lo largo de la historia, han demostrado ser mucho más que simples dibujos humorísticos; se han erigido como una poderosa herramienta de crítica y reflexión social. El Roto, en particular, destaca por su estilo mordaz y su capacidad para captar la esencia de la realidad con trazos sencillos pero elocuentes. Sus viñetas, publicadas en el diario **El País,** se han convertido en un referente del humor gráfico en España y en un espejo en el que la sociedad puede mirarse para comprender mejor sus contradicciones y desafíos.

Fuente: El Roto, Opinión, El País

Otro ejemplo: **La obra de Bansky como catalizador de las inquietudes sociales**.

La obra de Banksy, caracterizada por su naturaleza efímera y su ubicación en espacios públicos, desafía las convenciones tradicionales del arte y nos invita a cuestionar nuestro entorno. Sus controvertidos murales, a menudo cargados de simbolismo y crítica social, nos incitan a reflexionar sobre temas como la desigualdad, la guerra, el consumismo y la autoridad. Al exponer estas problemáticas de manera provocativa, Banksy nos impulsa a reflexionar.

Girl with ballon*, Londres, 2002.*

3.4.11.¿Cómo ser embajador/a del pensamiento crítico?

- ✓ Identificación de sesgos y prejuicios, propios y externos.
- ✓ Tomar consciencia de los principales errores en la construcción argumental.
- ✓ Consulta de fuentes fiables.
- ✓ Contraste de información a través de la consulta de varias fuentes.
- ✓ Consulta de información/posturas divergentes/diversas.
- ✓ Reconocimiento de *frames.*
- ✓ Identificación de falacias y deconstrucción de éstas.
- ✓ Capacidad de construcción argumental, superando la superficialidad.
- ✓ Capacidad de refutación, hasta de nuestras propias ideas/posiciones.
- ✓ Amplitud de miras y flexibilidad.
- ✓ Escuchar activamente.

3.4.12. Consideraciones finales

Hemos llegado al final de este taller donde hemos intentando aproximarnos al pensamiento crítico, esa habilidad esencial que nos permite navegar por un mundo complejo y repleto de información. Hemos planteado que el pensamiento crítico no es solo cuestionar por cuestionar, sino un proceso activo y reflexivo que nos invita a: **re-pensar** para **re-pensar-nos.**

Hemos sugerido que el pensamiento crítico es una herramienta poderosa para:

- ✓ **Tomar decisiones informadas**: Evaluando la información de manera objetiva y considerando diferentes perspectivas.
- ✓ **Construir argumentos sólidos**: Identificando falacias y desarrollando razonamientos lógicos y coherentes.
- ✓ **Comunicarnos de manera efectiva**: Practicando la escucha activa y comprendiendo el poder de las imágenes en la era digital.
- ✓ **Navegar por la "infodemia"**: Distinguiendo la información confiable de la falsa y evitando caer en la desinformación.

Pero el pensamiento crítico no es un destino, sino un camino. Requiere práctica constante, curiosidad intelectual y voluntad de cuestionar nuestras propias certezas.

Deseamos que este taller haya sido un punto de partida para fortalecer el pensamiento crítico para convertirnos en agentes de cambio en nuestras comunidades.

3.4 TALLER INFLUENCIA CON TU CIENCIA: DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

3.4.1. Introducción a la divulgación

La divulgación científica es un conjunto de actividades y acciones que hacen accesible a toda población el conocimiento científico que se obtiene de investigaciones científicas, teorías o nuevos descubrimientos. El objetivo de este taller es conocer metodologías y herramientas para aprender a divulgar.

¿Qué necesito para divulgar?

Fuente: elaboración propia.

La importancia de la divulgación: La ciudadanía debe entender la importancia que tiene la ciencia para promover el sentido común, ayudar a afrontar los problemas de la sociedad y utilizar el conocimiento en su día a día.

3.4.2. Comunicación efectiva

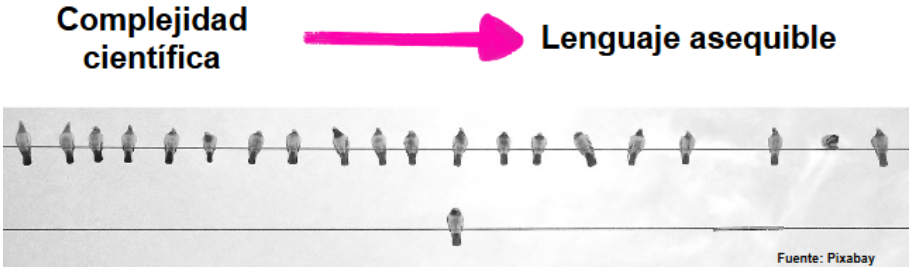
La comunicación científica: la importancia del lenguaje cuando hablamos de ciencia al mundo.

LA COMUNICACIÓN

Fuente: elaboración propia.

Para comunicar la ciencia hay que utilizar canales y mensajes **muy distintos** a los que utilizan los científicos. Debemos tener en cuenta es que la mayoría de los ciudadanos tienen desconocimiento sobre cuestiones científicas básicas.

¿Quién hace la divulgación? La divulgación puede ser realizada por científicos, profesores, periodistas o por cualquier persona que esté capacitada traducir la ciencia.



Fuente: Pixabay

Comunicar la ciencia: no solo implica publicar los resultados de investigación, implica también interaccionar con otros seres humanos, con personas diferentes, la gente de la calle.

La diversidad de tu público: La variabilidad de las personas es muy grande, por su forma de captar la información, sus conocimientos previos, sus capacidades. Siempre habrá personas que no estén de acuerdo, otras que te preguntaran algo que acabas de explicar, alguien que se sienta ofendido. No tenemos que buscar convencer, si no reflexionar.

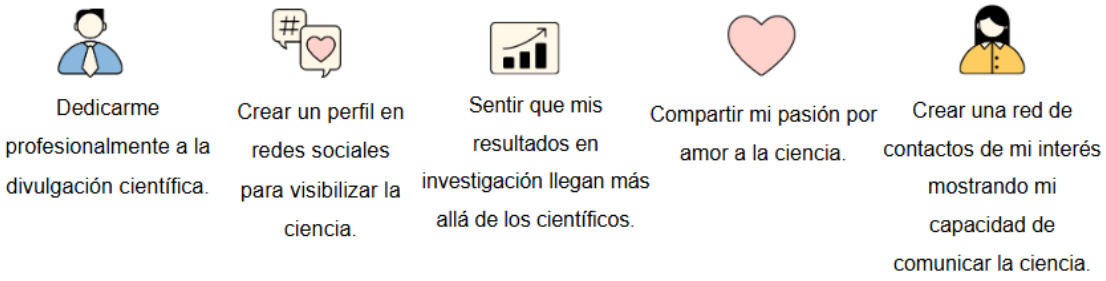
Motivos para divulgar:

- ✓ Conocer los problemas reales de la sociedad y proponer soluciones.
- ✓ Mantener la confianza de la población en los científicos/as y la ciencia.
- ✓ Mejorar el comportamiento de las personas en aspectos como la sanidad, medio ambiente y educación.
- ✓ Compartir la emoción de descubrir cosas y generar conocimiento, acercando a los jóvenes a las carreras científicas.

- ✓ Asegurar el relevo de las investigaciones e inducir que comiencen otras nuevas que aseguren el futuro.

¿cuál es tu audiencia? Es importante saber a qué público te vas a dirigir para establecer un objetivo.

¿Cuál es tu objetivo?



Fuente: elaboración propia.

La comunicación: Aunque las personas piensen, vivan, hablen de forma diferente, y partan de conocimientos distintos, en la comunicación tienen el mismo objetivo: comprender el mensaje que están compartiendo.

La comunicación sirve para:

- Compartir con otras personas
- Lograr significados comunes
- Influenciarse mutuamente
- Construir un espacio común
- Tener una interacción continua

El lenguaje transmite contenidos, expresa estados emocionales y apela.

Fuente: elaboración propia.

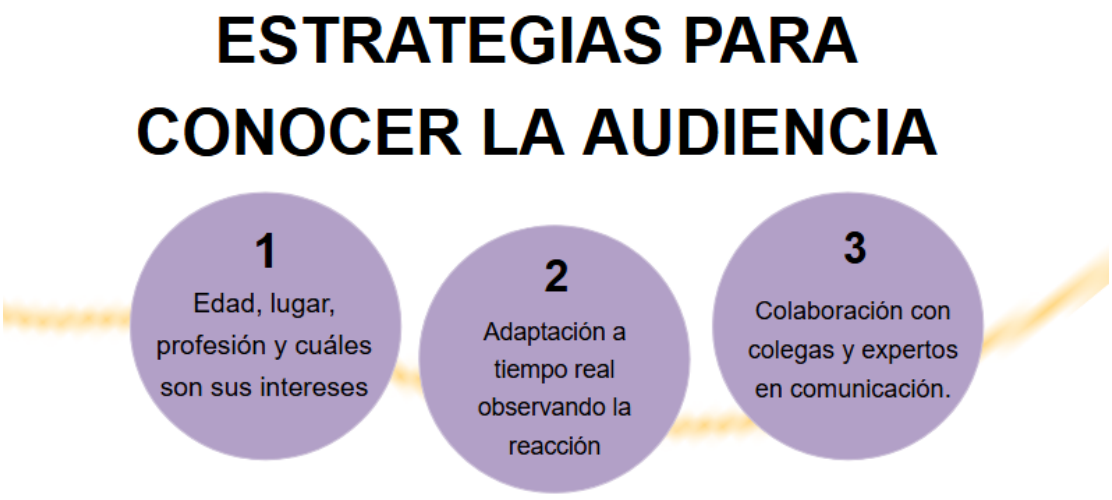
Comunicación efectiva ¿errores comunes?:

EL CREATIVO O IMAGINARIO	Esta persona genera ideas que se salen de la estructura planificada del tema. Esto puede llevar a que el receptor interprete mal la idea principal del mensaje o se confunda sobre el propósito de la comunicación.
EL HABLADOR	Esta persona ofrece muchas ideas y detalles verbales para desarrollar el tema. A veces, proporciona tanta información que el receptor se satura y se distrae de la idea principal del tema.
EL SINTÉTICO	Esta persona trata de comprimir demasiado la información para ahorrar tiempo, lo que puede resultar en una comunicación incompleta o poco clara debido a la falta de apoyos verbales suficientes para desarrollar la información.
EL REPETITIVO	Esta persona repite las mismas ideas una y otra vez en un intento de hacer el tema más interesante o llenar todo el tiempo asignado. Sin embargo, esto puede llevar a que el receptor no capte la idea principal y tenga que reconstruir todas las piezas del rompecabezas para entender el mensaje.

Conoce a tu audiencia: Antes de comenzar a comunicar, debemos conocer bien cuál es nuestro público objetivo. ¿Quiénes son tus espectadores? ¿Cuál es su nivel de conocimiento? Adaptar el lenguaje, el tono y el nivel de detalle de la información garantiza que tu mensaje sea claro, relevante y comprensible para la audiencia.

Beneficios de conocer a la audiencia:

- ✓ **Comprensión:** conocer a la audiencia permite ajustar el nivel de detalle y complejidad del mensaje para asegurar la comprensión.
- ✓ **Interés y participación:** adaptar la comunicación a la audiencia aumenta su interés y participación.
- ✓ **Impacto y cambios:** al conocer a la audiencia, puedes identificar los puntos claves que generarán impacto y motivarán cambios en su pensamiento.



Fuente: elaboración propia.

¿Cuál es la audiencia a la que te quieres dirigir? Y no es solo el cómo, o a quién, pues los canales de comunicación juegan un papel crucial en el proceso de transmitir información de manera clara y comprensible.

COMUNICACIÓN ORAL	Conversaciones cara a cara Conferencias y representaciones Debates y conclusiones
COMUNICACIÓN ESCRITA	Artículos de divulgación Libros y monografías *Newsletter*
COMUNICACIÓN GRÁFICA	Gráficos y diagramas Imágenes y fotografías Ilustraciones y esquemas
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	Vídeos y animaciones Presentaciones multimedia Conferencias en línea
COMUNICACIÓN DIGITAL	Redes sociales Blogs y sitios web Foros y comunicados en línea Plataformas de colaboración

Claves para adaptar el mensaje:

- ✓ Conoce la audiencia del canal
- ✓ Identifica los puntos clave
- ✓ Contextualiza el mensaje
- ✓ Utiliza diferentes formatos en función del canal
- ✓ Simplifica el lenguaje científico siempre

Esto es fundamental para poder transmitir tus ideas de forma clara y comprensible.

Hazlo atractivo, o no llegará: Hacer el contenido atractivo en la comunicación científica es crucial para captar la atención de la audiencia y transmitir eficazmente el conocimiento.

- ✓ Captar la atención
- ✓ Facilitar la comprensión
- ✓ Que quede en el recuerdo

Al hacer el contenido atractivo, se maximiza el impacto y se logra una comunicación científica más efectiva.

Herramientas para hacerlo atractivo:

Fuente: Freepik.

El lenguaje en la divulgación: Lo más importante en divulgación científica es realizar una comunicación efectiva, que se entienda, adaptando el lenguaje al público objetivo. Para ello, lo primero que tenemos que hacer es eliminar los tecnicismos o utilizarlos de forma puntual.

El lenguaje también debe ser distinto en función del medio que se utiliza y el público al que se dirige, porque no es lo mismo un público infantil en persona, que un público adulto a través de las redes sociales.

Importante: La adaptación del lenguaje **NO SIGNIFICA** perder **RIGOR.** Se debe encontrar el equilibrio.

Utiliza ejemplos y analogías: Los ejemplos y analogías son herramientas poderosas para comunicar conceptos científicos complejos de forma comprensible. Intenta comparar procesos científicos con situaciones familiares y cotidianas. Entre sus beneficios cabe destacar que:

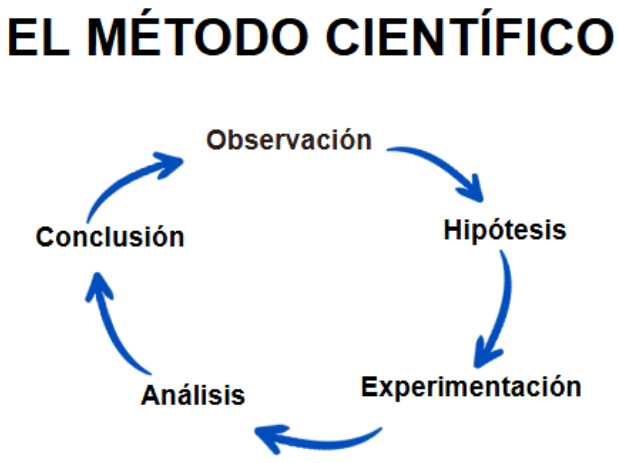
- ✓ Ayudan a simplificar ideas abstractas y complejas, haciéndolas más tangibles y fáciles de visualizar.
- ✓ Permiten establecer conexiones emocionales, despertando el interés y la curiosidad de la audiencia.

Practícalo ¿Cómo explicarías tu ciencia utilizando una analogía? Describe el concepto o el proceso utilizando una analogía del día a día de las personas. Al principio puede ser complicado, pero tómalo como un reto.

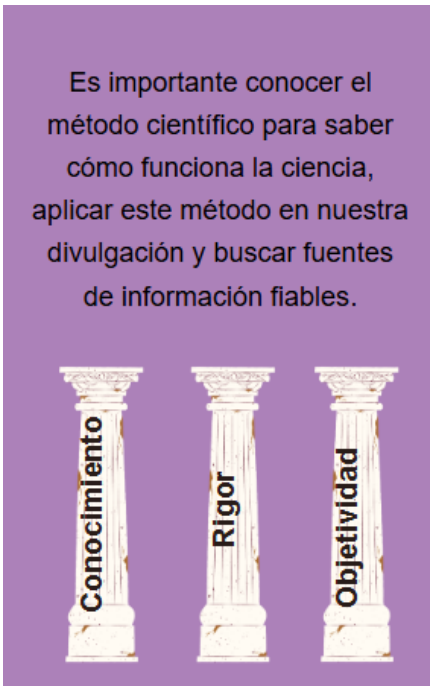
Canales y formatos para comunicar la ciencia: Prácticamente, la ciencia se puede comunicar a través de cualquier canal si conseguimos ser creativos y adaptarnos.

- ✓ Redes sociales
- ✓ Medios de comunicación
- ✓ Comunicación institucional

3.4.3. Divulgación basada en evidencia: de la investigación a la calle



Fuente: elaboración propia.



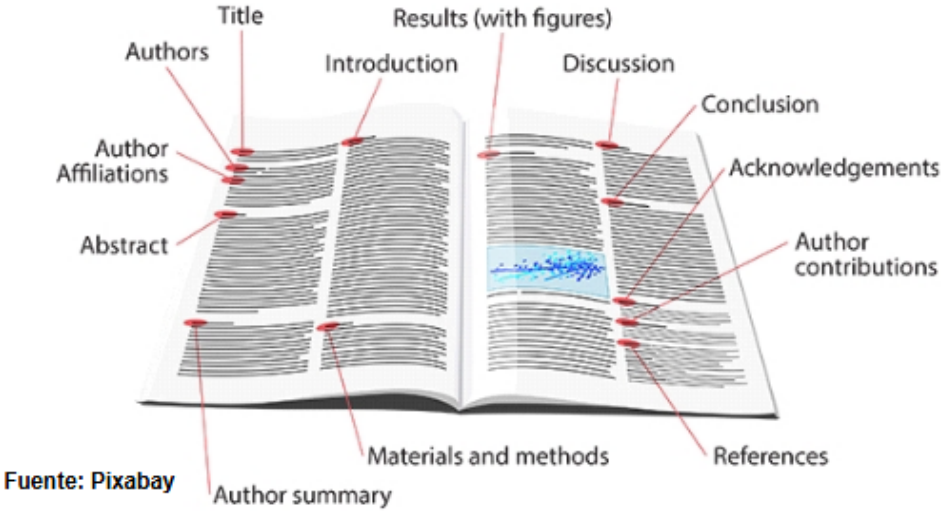
Fuente: elaboración propia.

¿Qué es la evidencia científica? La ciencia es colaboración y un trabajo de conocimiento global. La ciencia es trabajo en equipo, pero un equipo a nivel mundial formado por distintos pequeños grupos. Se caracteriza por ser un proceso dinámico y en constante evolución.

Debido a que los mismos datos se pueden interpretar de formas distintas, tenemos que evitar esto consultando más de una fuente para no meter OPINIÓN en lo que llamamos EVIDENCIA.

Fuente: elaboración propia.

Los artículos científicos ¿qué son? es un documento escrito que presenta los resultados de una investigación científica o estudio realizado por expertos en un campo específico. Estos artículos son una forma de comunicar los hallazgos científicos a la comunidad académica y científica.



Fuente: Pixabay

¿Qué elementos o partes suele contener un artículo científico?

1. Introducción
2. Métodos de estudio
3. Resultados obtenidos
4. Figuras y datos
5. Discusión
6. Conclusiones
7. Bibliografía

Los artículos científicos suelen ser publicados en revistas científicas después de un riguroso proceso de revisión por pares, donde otros expertos en el campo evalúan la calidad y validez de la investigación antes de su publicación. Esto asegura que los artículos científicos sean confiables y estén respaldados por la comunidad científica.

Cuidado con los *prepints:*

Los *preprints* son artículos científicos que se publican **sin la revisión por pares realizada.** Es decir, sin que expertos externos al grupo de investigación que hace la publicación lo hay revisado y visto si está bien realizado y las conclusiones se corresponden con los datos.

Pueden ser útiles para divulgar algo muy novedoso, pero hay que hacerlo de forma mucho más cuidadosa que si se tratara de un artículo científico revisado y publicado en una revista científica clásica.

Fuente: elaboración propia.

Proceso a seguir:

- ✓ **Análisis crítico:** considera limitaciones, posibles sesgos o fuentes de error, fortalezas y debilidades. También observa la relevancia y la importancia de dicha investigación.
- ✓ **Contextualización:** Sitúa el artículo dentro de un contexto más amplio que coloque el tema en el punto central. Estudia si existen estudios previos, compáralos y valora qué aporta este nuevo estudio.
- ✓ **Interpreta los resultados:** Examina los resultados, evaluando la presentación de los datos, y si son conscientes con la hipótesis y proporciona suficiente evidencia para respaldar las conclusiones.

Y algunos consejos complementarios:

- ✓ **No tenemos que esconder las dudas,** ni maquillar algo de lo que no estamos seguros. Si no lo sabemos, no lo ponemos o buscamos expertos que nos lo puedan aclarar.
- ✓ **Nunca tenemos que hablar de verdades absolutas.** La evidencia científica muestra que, de momento… En X estudios han descubierto X molécula que podría hacer X…. Probablemente este proceso sea la causa de la enfermedad, pero hace falta más evidencia científica.

¿Qué hacer al trabajar con artículos científicos?

- No hace falta que te leas absolutamente todo el artículo, pero sí las partes más importantes (resultados, conclusiones y metodología)
- Fijarnos en el número de participantes/grupos de estudio, resultados/datos, y asegurarse de que concuerde con la conclusión.
- Evaluar la calidad de las fuentes citadas y buscar investigaciones adicionales para respaldar o complementar información.

Cita y sé transparente:

- Ofrece toda la información complementaria que necesites, enseñando referencias y enlaces a la información utilizada.
- Nadie te va a robar ideas, no escondas de dónde lo extraes.
- Diferénciate en el cómo y tendrás al público ganado.

Claves para transmitir conocimiento de manera efectiva:

1. La comunicación tiene que ser clara, con buena vocalización, cercana, y conectando con el público. No tengas miedo a utilizar jerga de la "calle" hablando de ciencia. Esto acerca.
2. Gesticula (no demasiado) para dar énfasis a lo que estás diciendo y mantener la atención del público. La actividad mantiene activo al púbico.
3. La creatividad puede ser fundamental a nivel visual, apóyate de imágenes, música, elementos físicos para captar la atención.

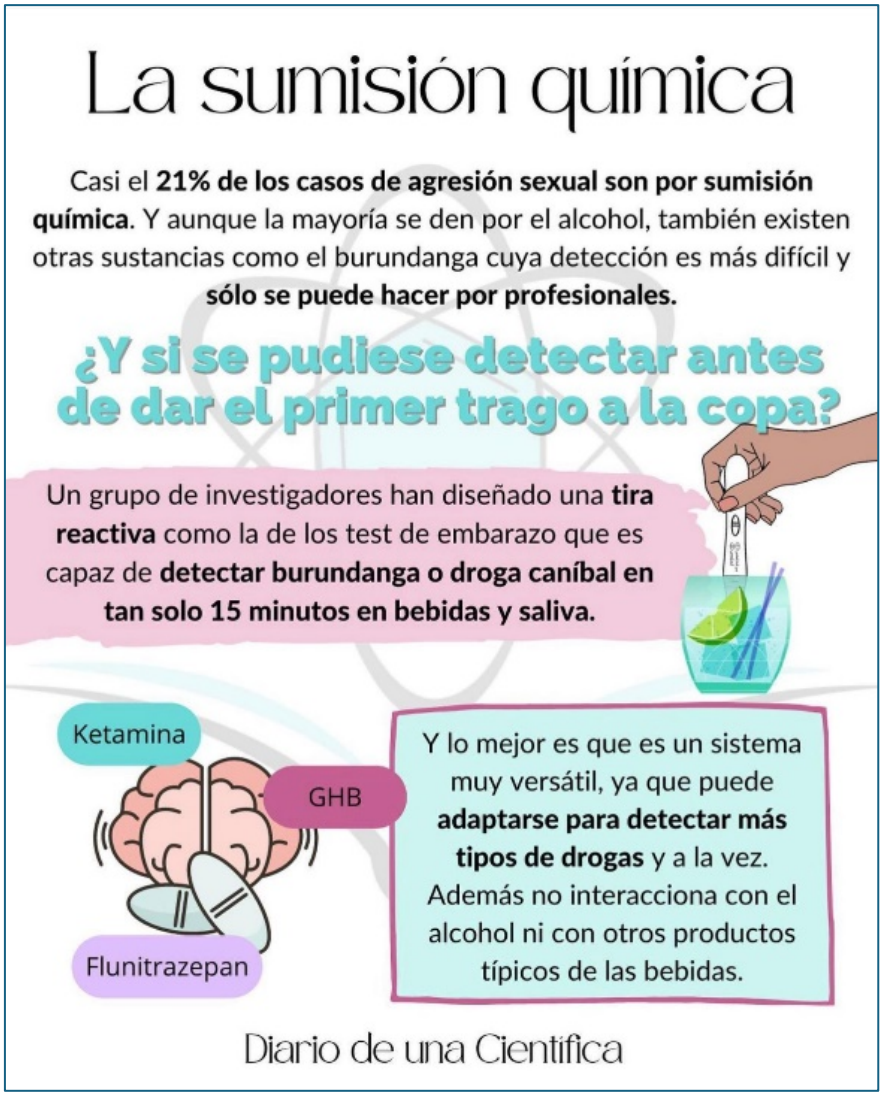
Los elementos gráficos:

En una era donde existen tantos estímulos externos de las redes sociales y medios de comunicación, tenemos que trabajar muy bien los elementos gráficos. Juega con las fuentes, los colores y los estilos. Recomendamos apostar por:

- ✓ Dibujos originales
- ✓ Fuente adecuada

- ✓ Paletas de colores
- ✓ Esquemas
- ✓ Recuadros

Un ejemplo de publicación destinada a las redes sociales:



Fuente: Diario de una científica

Partes y recomendaciones:

Encabezado o título	Breve y muy atractivo, sin tecnicismos.
Sumario	En tres o cuatro líneas explica de qué se trata el artículo
Entrada	Recuerda que el primer párrafo es clave, es la mejor oportunidad de seducir a tus lectores. Utiliza la estructura de pirámide invertida, organiza la información de mayor a menor importancia.
Cuerpo o desarrollo	Se explican o se detallan las ideas principales.
Ejemplos	A través de ellos se aclara una teoría o un concepto.
Analogías o comparaciones	Ayudan a que un concepto abstracto se vuelva más cercano y comprensible para el lector.
Cierre	Plantea una evaluación sobre el tema para dar un cierre contundente. Expresa los posibles beneficios de dicha investigación.

Del laboratorio a la calle: simplifica, pero no bajes el nivel: Tenemos que saber distinguir entre simplificar la información para hacerla más amena y bajar el nivel científico. Hasta los procesos más complejos pueden ser explicados si se encuentra la forma correcta de hacerlo.

¿Qué hago para simplificar?

- ✓ Identifica los conceptos clave y los resultados más relevantes del estudio.
- ✓ Sustituye los tecnicismos por palabras simples con explicaciones y ejemplos cercanos.
- ✓ Organiza la información de forma lógica, de menos a más complejidad, llevando al público por un viaje de comprensión.
- ✓ Apóyate de contenido visual, llamativo y que ayude a comprender.

Los recursos visuales: Los recursos visuales, como imágenes, gráficos y videos, son herramientas poderosas para complementar y enriquecer la divulgación, facilitando la comprensión. Ayuda a hacer visible, lo que muchas veces en ciencia, es invisible para el ojo humano. Se pueden utilizar gráficos y datos, pero siempre **de manera sencilla** sin aturdir al público con datos y perdiendo el mensaje principal.

Fuente: Freepik

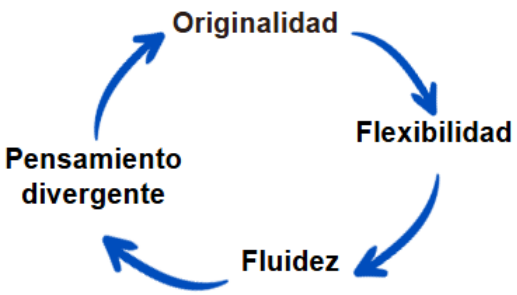
Pero importante, reflexiona ¿serías capaz de explicar un detalle muy complejo de un proceso que conozcas para público general sin infantilizar?, tenlo presente.

3.4.5. La creatividad como pilar fundamental

La creatividad es un fenómeno por el cual se crea algo **NUEVO (ORIGINAL) y VALIOSO (ÚTIL)** para nuestro público.

En un mundo lleno de información y de contenido continuo, necesitamos la creatividad para hacer la ciencia atractiva y llamativa entre tanto estímulo.

Características de la creatividad



Fuente: elaboración propia.

La creatividad fomenta la innovación y el progreso, además de mejorar la resolución de problemas y estimular la imaginación.

“La creatividad es conectar cosas”, Steve Jobs

Fuente: Freepik

Desarrolla tu potencial creativo:

- ✓ **Fomenta la curiosidad:** explora temas diferentes, realiza preguntas y mantén la mente abierta.
- ✓ **Estimula la imaginación:** Practica el pensamiento lateral, visualiza y crea imágenes mentales.
- ✓ **Sal de tu zona de confort:** Atrévete a enfrentar nuevas situaciones, saca partido al fracaso y experimenta.
- ✓ **Busca inspiración:** lee libros, ve películas, exposiciones. Conecta con otras personas creativas y comparte ideas.

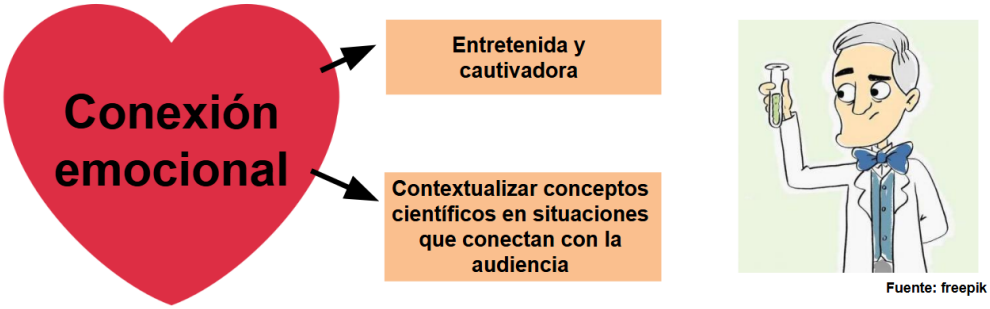
La creatividad nos ayuda a romper barreras y hacer que la ciencia sea accesible y atractiva para audiencias diversas.

Fuente: elaboración propia.

Para fomentar y estimular la creatividad no olvides:

- ✓ Preparación, reflexión previa sobre el problema
- ✓ Disposición del estado de ánimo, actitud mental positiva
- ✓ Apertura: liberarse de los prejuicios
- ✓ Estimulación, activación de procesos mentales y emocionales
- ✓ Expresión de pensamientos e ideas
- ✓ Entusiasmo por el disfrute de la creación
- ✓ Receptividad a las nuevas ideas
- ✓ Concentración

Haz que la ciencia cobre vida: Contar historias y utilizar un estilo narrativo puede captar la atención de la audiencia y hacer que los conceptos científicos sean más atractivos y memorables.



Fuente: elaboración propia. (imágenes de freepik).

Técnicas para desarrollar la creatividad: *Brainstorming* o lluvia de ideas.

Es una técnica creativa basada en la interacción entre los integrantes de un grupo para crear nuevas ideas sobre un tema en concreto. Si trabajamos solos, se trata de dejar llevarnos por la imaginación y no descartar ninguna idea, aunque a priori nos pueda parecer absurda, porque esa nos puede llevar a otra mejor.

Reglas del proceso de *Brainstorming:*

- ✓ Define claramente lo que quieres divulgar.
- ✓ Escribe todas las ideas que se te ocurran (TODAS) en un papel.
- ✓ Acepta todas las ideas sin hacer críticas ni evaluaciones.
- ✓ Escucha y mejora ideas.
- ✓ Cuanto más locas sean las ideas, mejor.
- ✓ Dedica un máximo de 5 a 10 minutos.
- ✓ Diviértete, pero no pierdas de vista el objetivo.

Otras técnicas para desarrollar la creatividad: Los 6 sombreros y el pensamiento lateral
La técnica de los 6 Sombreros (para pensar):

La decisión es uno de los procesos cognitivos conductuales más complejos para el ser humano al tener consecuencias directas en la vida. Nuestro presente y futuro son, en gran medida, el resultado de las decisiones que tomamos y nuestras experiencias están supeditadas a ellas.

Así, tanto a nivel personal como gerencial, los tomadores de decisiones pueden experimentar bloqueos por el temor a una decisión incorrecta y, también, es un arrojo inconsciente, que normalmente no tiene resultados positivos. Hay que tomar decisiones y asumir riesgos y nos puede ayudar a lógralo la técnica de los 6 sombreros de la mejor manera posible.

BLANCO	Con este pensamiento debemos centrarnos en los datos disponibles. Ver la información que tenemos y aprender de ella
ROJO	Con él observamos los problemas utilizando la intuición, los sentimientos y las emociones. La persona participante expone sus sentimientos sin tener que justificarlos
NEGRO	Haciendo uso de este sombrero se pone en marcha el pensamiento del juicio y la cautela, poniendo de manifiesto los aspectos negativos del tema tratado.
AMARILLO	Con este sombrero pensaremos en positivo, nos ayudará a ver por qué algo va a funcionar y por qué ofrecerá beneficios.
VERDE	Es el sombrero de la creatividad y va da pie a que se utilice algunas de las técnicas existentes para desarrollar la creatividad.
AZUL	El sombrero del control y la gestión del proceso del pensamiento. Con él se resume lo que se ha dicho y se llega a las conclusiones.

¿Qué es el pensamiento lateral?

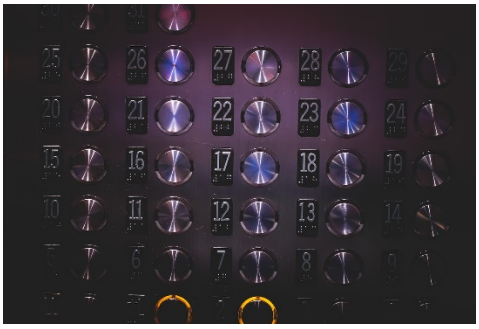
- ✓ Ante un reto o problema trata de encontrar soluciones imaginativas, distintas, que se apartan del enfoque clásico (de frente)
- ✓ Procura buscar caminos alternativos que no estamos acostumbrados a usar para resolver.

El término pensamiento lateral *(lateral thinking*) fue propuesto por Edward De Bono para representar todos esos caminos alternativos que no estamos acostumbrados a usar. Según él, la mayoría de la gente tiende solo a ver una forma de resolver el problema cuando, sin embargo, puede haber varias formas de resolverlo que no son visibles a simple vista.

Una reflexión:

PENSAMIENTO VERTICAL	PENSAMIENTO LATERAL
El dueño habló con cada uno de sus 20 empleados. Se mejoró algo, pero no mucho. Los reunió a todos y les advirtió; algo se consiguió, pero poco.	Sacó fotos instantáneas de la gente en las oficinas cada 5 minutos a partir de las 9 y las puso en el tablón de anuncios. Al día siguiente se dieron algunas mejoras; el segundo, una gran mejora. Al final de la semana, todos estaban a la hora.

Un ejemplo para ejercitar el pensamiento lateral:



Fuente: Fixabay

SITUACIÓN	REFLEXIÓN
Un hombre trabaja empleado en una oficina situada en un altísimo bloque de despachos. Cada mañana entra en el ascensor en la planta baja, aprieta el botón del 10º piso, sale y el resto del trayecto hasta el 15º piso lo hace a pie. Al fin de jornada lo coge en el 15º y baja hasta la planta 0. ¿Cuál es la razón del extraño comportamiento?	Según De Bono, las respuestas más típicas para este caso son las que hacen referencia a que el hombre quería hacer gimnasia, ver las vistas o, bien, que le apetecía que la gente pensara que trabaja en el 10º piso. Lo cierto es que el individuo hacía eso porque era tan bajo que no llegaba al botón 15 y como solo podía llegar hasta el 10º tenía que realizar esa extraña maniobra.

3.4.6. Aspectos éticos y trabajo en equipo.

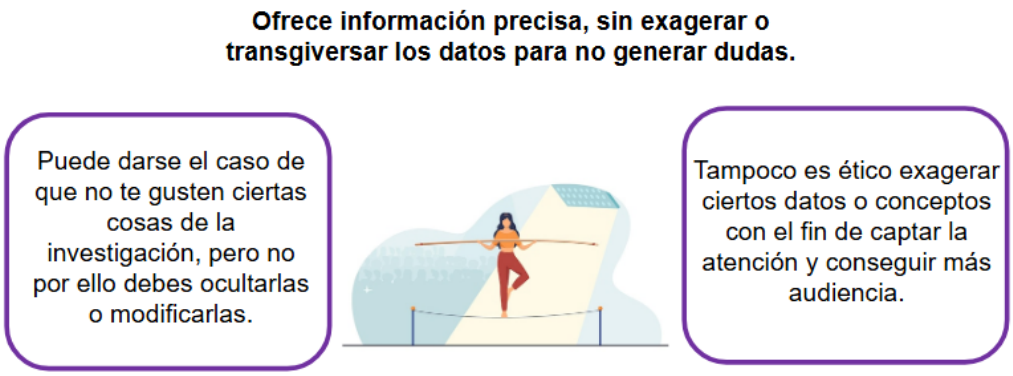
La ética en la comunicación científica se refiere a los principios y normas morales que guían el comportamiento en la difusión de información científica.

La comunicación científica ética implica la transmisión precisa, objetiva, imparcial y transparente de conocimientos científicos a diferentes audiencias, incluyendo el público en general, otros científicos, responsables políticos y medios de comunicación.

Elementos a seguir para la toma de decisiones éticas:

a) Honestidad
b) Integridad
c) Transparencia
d) Responsabilidad
e) Respeto

a) Honestidad



Fuente imagen: Freepik.

b) Integridad

Cuando comuniques una investigación, respeta la privacidad de algunos datos y los derechos de la investigación, sobre todo si se trata de datos confidenciales.

Existen casos concretos donde tienen muy limitada la comunicación y tendrás que ser creativo para comunicarlo.

Fuente: Freepik

Fuente imagen: Freepik.

c) Transparencia

Ser transparentes ayuda a que nuestra audiencia confíe en nosotros, para eso hay que presentar fuentes, conflictos de interés y posible sesgos.

A veces puede suponer ir "en contra" de la opinión mayoritaria o de lo oficial, pero hay que ser fiel a la evidencia científica.

Fuente: Freepik

Fuente imagen: Freepik.

d) Responsabilidad

Cuando comunicamos, nos podemos equivocar, por lo que debemos asumir y corregir cualquier error o mala interpretación que se haya podido generar.

Corregir errores de forma pública nos acerca a nuestra audiencia y muestra que somos honestos y responsables con la comunicación que hacemos.

Fuente: Freepik

Fuente imagen: Freepik.

e) Respeto

Tenemos que ser objetivos, y aunque no nos pueda gustar, tenemos que reconocer y valorar las diversas perspectivas y opiniones del tema.

Esto hace que la audiencia sea la que tenga la última palabra y forme su propia opinión, y no nos tenga que "creer" al 100% cuando comunicamos.

Fuente: Freepik

Fuente imagen: Freepik.

Aspectos éticos de la divulgación: Colaboraciones, la clave del éxito: La colaboración con personas expertas y divulgadoras es esencial para lograr una divulgación científica de éxito. Trabajar en equipo nos permite aprovechar el conocimiento y las habilidades de los distintos participantes, enriqueciendo el trabajo y llegando a audiencias más amplias. **Si tienes dudas, pregunta. Si quieres ampliar, pregunta.**

Beneficios:

- ✓ Enriquecimiento
- ✓ Diversidad de enfoques
- ✓ Mejor la calidad y la rigurosidad
- ✓ Minimizar riesgos y errores
- ✓ Mayor alcance e impacto

La colaboración amplía las redes de difusión y visibilidad de los resultados científicos. Se llega a audiencias más diversas y se promueve un mayor impacto en la sociedad. Y se favorece la transferencia de conocimientos a través de colaboraciones con actores externos, como instituciones académicas, empresas y organismos gubernamentales.

Tipos de colaboraciones:

Colaboraciones con investigadores/as	Quizás sea la colaboración más interesante, puesto que nos permite conectar directamente con el autor del estudio aportando: - Información fidedigna y completa. - Confianza del público en el trabajo de comunicación. - Visibilización de la ciencia y sus investigadores e investigadoras.
Colaboraciones con profesionales de la comunicación	Esto puede potenciar tu capacidad comunicativa aprovechando la experiencia del periodista - Trabajo conjunto con periodistas científicos, divulgadores o comunicadores especializados. - Colaboración en la creación de contenido. - Asesoramiento en estrategias de comunicación y difusión adaptadas a las audiencias.
Colaboraciones con el público o *stakeholders*	Personas que quieran colaborar, interesados en el tema o conocedores del ámbito que puedan aportarte *feedback* de tu trabajo. - Participación activa del público en la divulgación ciudadana.

	- Colaboración en la creación de contenido.

Retroalimentación y diálogo, escucha a los que te escuchan.

Si involucras a otros y recibes comentarios constructivos, puedes mejorar la calidad de la divulgación y asegurar que sea relevante y comprensible. SIEMPRE hay que escuchar a nuestro público, tienen la información más valiosa.

Clave: Aprender, corregir errores y adaptarnos a las necesidades de nuestra audiencia. Haz que el público se sienta parte de lo que divulgas.

Herramientas para recibir el *feedback*:

Establece canales de comunicación bidireccional (blogs, comentarios, chats)

Fomenta preguntas, comentarios y opiniones el público

Demuestra empatía e interés hacia las inquietudes de la audiencia.

Fuente: Freepik

Fuente: Freepik.

Beneficios de recibir *feedback:*

Conocer a nuestra audiencia es fundamental, y una vez tenemos establecido el tipo de público, debemos perfilar bien sus intereses, inquietudes, y siempre escucharlos, aunque sean a veces críticas que no nos gusta escuchar. En todas las opiniones hay información útil.

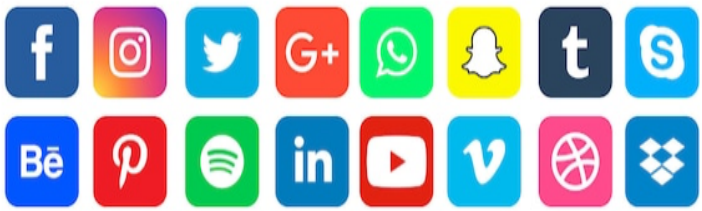
No tengas miedo a las críticas o al *hate:*

- ✓ Mejorar la calidad de la comunicación.
- ✓ Fortalece la relación con la audiencia.
- ✓ Genera confianza y credibilidad.
- ✓ Corregir posibles malentendidos o errores.

En todo caso el público te guiará en la creación de contenido, en cómo explicarlo y qué canal utilizar.

3.4.7. Herramientas y recursos para divulgar

Canales y formatos para comunicar la ciencia: Prácticamente, la ciencia se puede comunicar a través de cualquier canal si conseguimos ser creativos y adaptarnos.

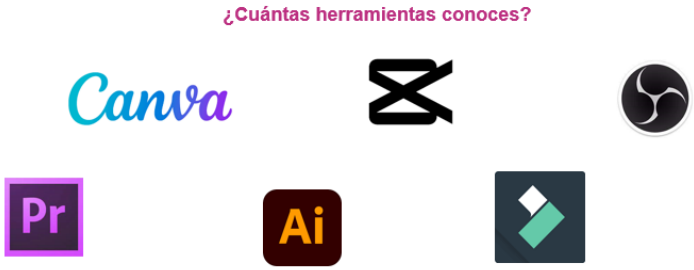


Fuente: Pixabay

Fuente: Pixabay

Las herramientas digitales son paquetes informáticos que están en los dispositivos electrónicos, y tienen el fin de facilitar las tareas tanto de la vida cotidiana como de la vida profesional. Estás herramientas digitales se basan en la creatividad e innovación, por lo que generan cosas novedosas.

¿Cuántas herramientas conoces?



Practícalo: Explora la herramienta de trabajo y diseño que no conozcas de la diapositiva anterior.

Otro aspecto importante son los canales de divulgación, que pueden ser diversos en función del tipo de comunicación, público y momento. No todo son las redes sociales. ¿Cuántos canales conoces?

Fuente: freepik

3.4.8. Para divulgar, ten en cuenta la perspectiva de género

¿Qué es la perspectiva de género? Permite detectar las desigualdades y las relaciones de poder entre mujeres y hombres:

- Cómo afectan los avances
- Visibilizar la realidad
- Destacar sus aportaciones

El sesgo de género afecta a las investigadoras, pero también a la ciudadanía, alternando la interpretación de los resultados.

Perspectiva de género: el uso del lenguaje

El lenguaje influye en la percepción y representación de la ciencia, y es importante hablar de científicos y científicas, a partes iguales. Hay que evitar los estereotipos de género y contribuir a un entorno libre de sesgos. Incluir investigaciones de todo tipo, dar voz a las mujeres investigadoras (aunque no sean las jefas del equipo), hablar sobre la problemática en el ámbito.

Claves para una comunicación con perspectiva de género:

1. Practicar la comunicación responsable.
2. Ser consciente de que la investigación puede haberse realizado sin perspectiva de género.
3. Prioriza los méritos antes que el cargo y busca mujeres interlocutoras.
4. Tratar con igualdad a las investigadoras que a los investigadores.
5. Identifica a la investigadora con nombre completo, puesto e institución.
6. Crea protagonistas creíbles y que puedan ser referentes.
7. Lenguaje no sexista, inclusivo y no discriminatorio.
8. Utiliza imágenes acordes, que la científica no sea un “florero”.
9. Reflexiona al acabar ¿lo hubieses hecho igual con un hombre?

3.4.9. Consideraciones finales

A lo largo de este taller, hemos explorado la fascinante y crucial labor de la divulgación científica, comprendiendo su importancia para acercar el conocimiento científico a la sociedad y fomentar una ciudadanía informada y crítica.

Hemos recorrido un camino que abarca desde la introducción a la divulgación y la comunicación efectiva, hasta la divulgación basada en evidencia, la creatividad, la ética, el trabajo en equipo, las herramientas, recursos, y la perspectiva de género.

Es fundamental destacar que la divulgación científica no es una tarea sencilla. Requiere de un compromiso profundo con la precisión y la claridad, así como de la capacidad de adaptar el lenguaje y los formatos a las diferentes audiencias. No se trata solo de transmitir información, sino de generar interés, curiosidad y comprensión en el público.

Ahora toca poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos en este taller, y convertirse en agentes activos de la divulgación científica, contribuyendo a construir un futuro en el que la ciencia sea accesible y relevante para todas las personas.

3.5 TALLER PLANIFICA TU TRAYECTORIA PROFESIONAL

3.5.1. Objetivos

- ✓ Autodefinirme como profesional y conocer el Mercado
- ✓ Candidato activo
- ✓ Mejorar candidatura
- ✓ Hacer plan acción y saber cómo actuar

3.5.2. El plan de acción

- ➢ Un plan de acción consiste en identificar todos los pasos necesarios para tu búsqueda de empleo y describir las acciones que llevarás a cabo en cada paso.
- ➢ La razón primordial es conocer cuáles son tus fortalezas y debilidades, para optimizar los recursos y aumentar la productividad en el proceso de búsqueda.
- ➢ Además, te ayudará a desarrollar tu competencia de planificación, muy valorada en el mercado laboral.

Los 8 pasos de un plan de acción:

1. Elaborar estrategia de búsqueda y registro de actividad.
2. Ver las condiciones del Mercado actual y su evolución.
3. Marcar metas flexibles y accesibles.
4. Identificar fortalezas y diferenciarnos del resto.
5. Prepara el proceso de selección, CV, carta de presentación entrevista.
6. Saber encontrar las empresas y cómo contactar y comunicarte con ellas.
7. Usar distintos elementos de *networking* y seguir formándote conforme las demandas del Mercado.

3.5.3.¿Cómo buscamos una empresa/entidades para prácticas/trabajo?

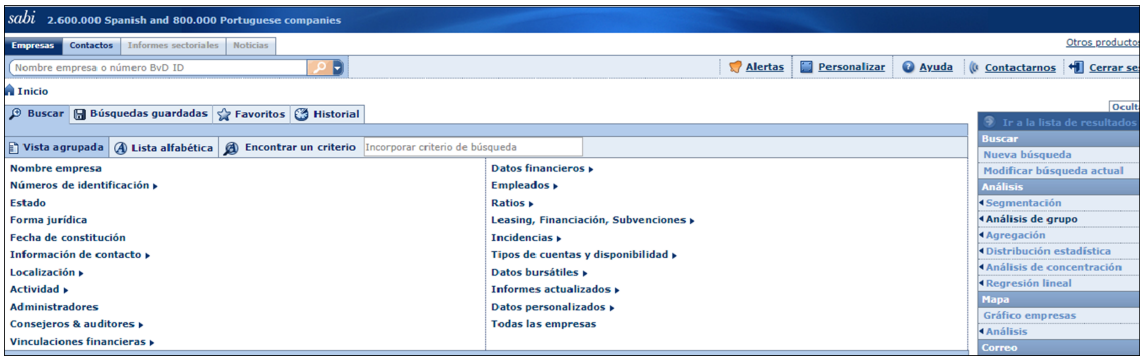
- ✓ Contactos personales, profesionales, profesores, etc.
- ✓ Catálogo de Empresas Colaboradoras: http://universite.umh.es/obsbuscadorempresas/aspx/empresas.aspx
- ✓ SABI. https://biblioteca.umh.es/biblioteca-digital/
- ✓ LinkedIn
- ✓ Portales de Empleo
- ✓ ETTs empresas de trabajo temporal
- ✓ *Headhunters*
- ✓ Consultando prensa, publicidad, etc.

3.5.4. SABI

¿Qué es?

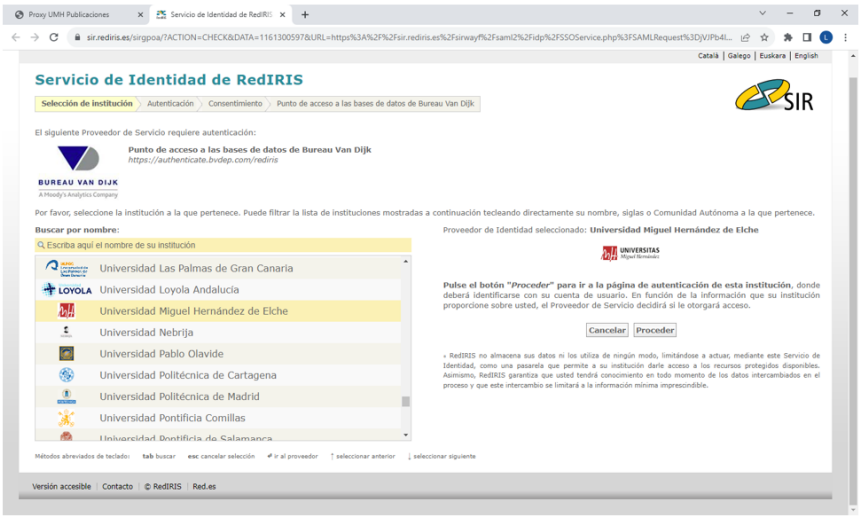
- ➢ Herramienta de consulta de información de empresas.

- Datos verificados extraídos del Registro Mercantil, pueden no figurar datos sin publicidad obligatoria.
- Nos permite hacer un filtrado y búsqueda de empresas.



¿Cómo accedo?

UMH → Estudiantes → Bibliotecas → Acceso desde casa → Acceso Biblioteca Digital → SABI



Ver en el siguiente enlace: https://youtu.be/fu8fwVmHwkw

¿Qué datos nos ofrece?

- **Datos de contacto** (dirección de la empresa, números de teléfono, página web, etc).
- **Conocer el estado financiero** (ver ingresos de explotación, resultado del ejercicio, nº trabajadores).
- **Evolución empresa**: si crece aumentando algunos parámetros sabremos que puede estar receptiva a nuevas contrataciones (evolución en positivo de los elementos del estado financiero de años anteriores respecto del año corriente).
- **Conocer el organigrama y cargos** de la empresa.

Esta información resulta útil tanto para filtrar empresas, como para prepararse entrevistas de trabajo.

Alternativas a SABI: Para los Alumni y quienes no tengan acceso a SABI, podrán consultar los datos de las empresas en las siguientes webs recomendadas:

einforma	**EInforma:** www.eInforma.com
empresite elEconomista.es	**Empresite El economista:** https://empresite.eleconomista.es/
Interempresas	**Interempresas:** https://www.interempresas.net/
5D	**Cinco Días:** https://cincodias.elpais.com/
LP	**Ranking Empresas de Las Provincias:** https://ranking-empresas.lasprovincias.es/
Iberinform	**Iberinforma:** https://www.iberinform.es/
axesor	**Axesor:** https://www.axesor.es/

3.5.5. LinkedIn

Vamos a introducirnos en el funcionamiento de esta red y sus ventajas frente a las relaciones interpersonales convencionales.

¿Para qué usar LinkedIn?

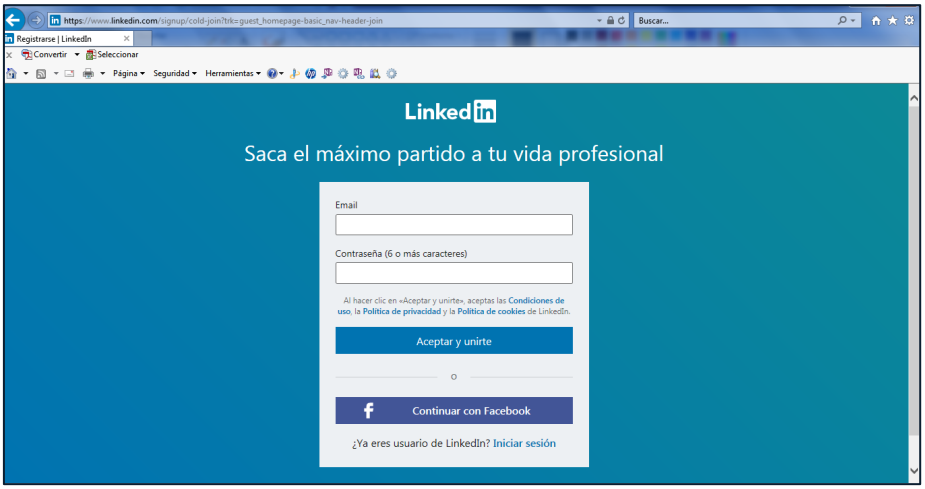
- Es la red profesional más usada en todo el mundo.
- Los trabajos se consiguen por contactos.
- Apareceremos en las búsquedas de las empresas.
- Podemos estar en contacto con profesionales de todo el mundo desde casa.
- Podemos llegar a miles de personas a través de nuestros contactos.
- Podemos ver qué camino seguir para contactar con alguien.

SÍ es LinkedIn	No es LinkedIn
Red Profesional para hacer Networking	Red social para hacer amigos
Entrar en contacto con profesionales de interés	Tener muchos contactos sin un objetivo concreto
Estar para aprovechar oportunidades profesionales	Estar por estar
Tener un perfil cuidado, actualizado, completo, profesional	Tener visible un perfil incompleto, inacabado, poco profesional

Fuente: elaboración propia.

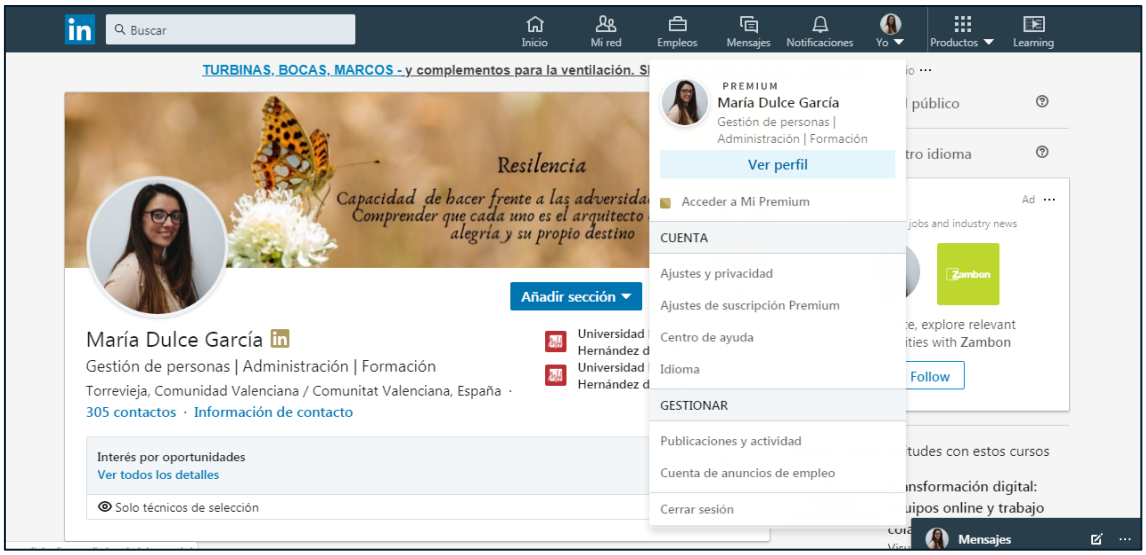
Teoría de los seis grados de separación: Podemos conectar con cualquier persona a través de solo 6 grados de separación. ¡LinkedIn te lo pone aún más fácil! Con una amplia red, llegamos a miles de contactos.

Registra tu perfil: El primer paso es registrarnos en la página web.



Editar mi perfil: Es el primer paso para añadir toda la información relevante sobre uno mismo (no es una copia del currículum).

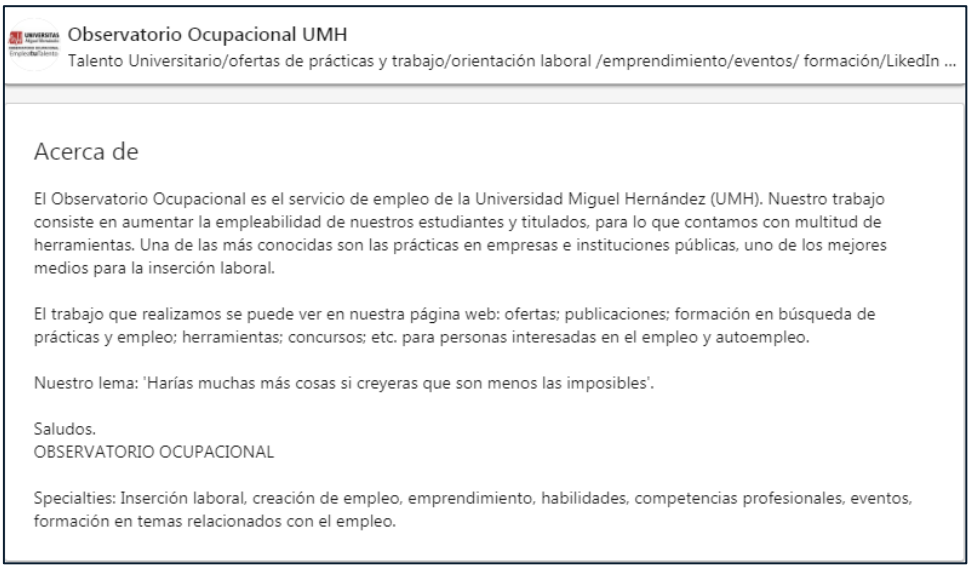
Un buen perfil que te ayude a conseguir tus objetivos profesionales es categorizado por la red como: nivel Estelar.



- ✓ Las palabras que pones debajo de tu nombre son muy importantes. Se trata de 'tu perfil profesional' mira lo que ponen otros profesionales de tu ámbito y nunca pongas (en búsqueda de empleo, estudiante, etc.)
- ✓ Optimiza la descripción con palabras o *keywords*.
- ✓ Quién soy y quién quiero ser, puedes ir cambiando con el tiempo (se trata de crear un currículum con los aspectos más relevantes).
- ✓ Elige si quieres perfil generalista o especializado.
- ✓ Organiza la información en orden cronológico inverso.
- ✓ Utiliza una foto profesional.
- ✓ Cambia la URL (para ser localizado más fácil).
- ✓ Genera un buen extracto.
- ✓ Puedes cambiar los apartados de orden.
- ✓ Revisa los LinkedIn de personas con más experiencia que te den ideas.

Si tienes un buen currículum tendrás un buen perfil en LinkedIn, si dudas qué poner te recomiendo que te inscribas al Taller de Empleabildiad 2.0 que realiza el Observatorio Ocupacional UMH y te ayudaremos a realizar un buen CV.

Acerca de: Este es el apartado que nos describe. Debemos destacar lo mejor de nosotros y el sector en el que queremos trabajar.



Experiencia y educación:

- ✓ Añadimos todas las experiencias profesionales.
- ✓ Tiene que ser fácil de leer y llamativo.
- ✓ Estudios superiores universitarios, Formación Profesional o formación relevante.
- ✓ En principio, no es recomendable tener activado la opción de aviso a mi red de contactos sobre mis cambios en puestos de trabajo o formación, no es el tipo de información que nuestros contactos quieren conocer de nosotros.

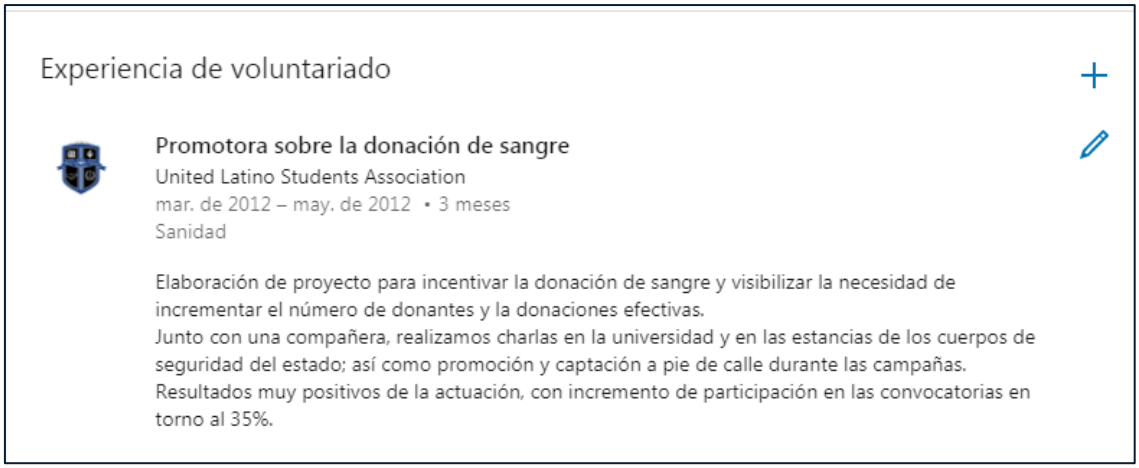
Aptitudes y recomendaciones:

- ✓ Aptitudes personales: Importante que nos las validen.
- ✓ Recomendaciones de nuestros contactos.

Cómo y a quién realizar recomendaciones:

- ✓ Te animamos a realizar recomendaciones a profesores y profesionales con los que has tenido contacto y te ha gustado cómo han realizado su trabajo:
  - Profesores de la universidad
  - Tu tutor de TFG
  - Tutor de prácticas
  - Cuanto más profesional sea la recomendación más impacto tendrá en el perfil de la persona que la realiza (evita hacérsela a amigos o familiares solo por ser amigos o familiares).
- ✓ Para hacerla acude al perfil de la persona,
- ✓ Clica el 'Más' debajo de su nombre
- ✓ Y verás la opción de hacer recomendación

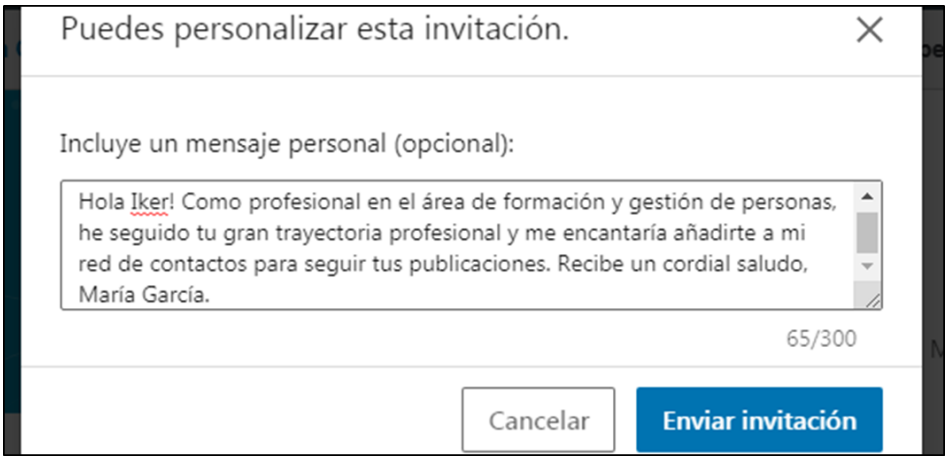
Organizaciones y voluntariado: Voluntariado y organizaciones con las que colaboremos, o hayamos hecho algún proyecto.



Logros: Certificaciones, cursos, idiomas, publicaciones...

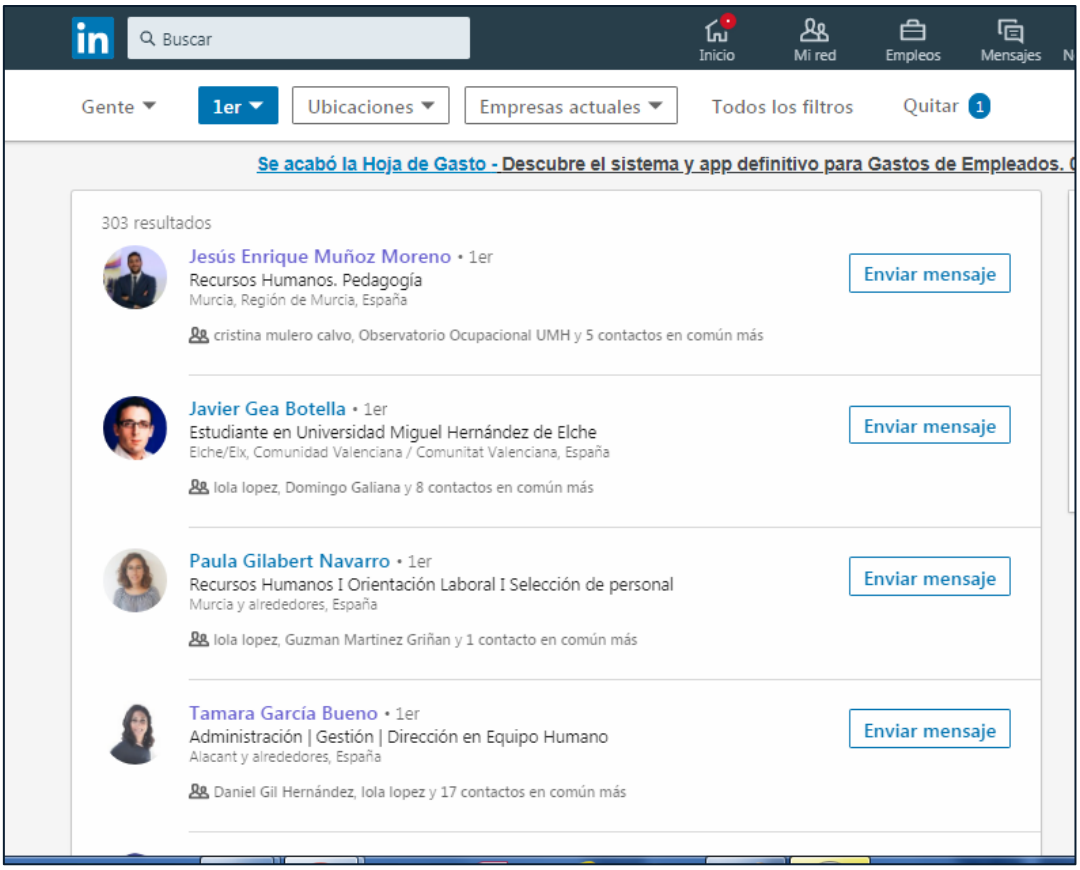
Crear nuestra red profesional y de contactos

Ejemplo de cómo hacer un contacto:



La importancia de la red:

- Puedes gestionar nuestros contactos y buscar nuevos.
- Así como gestionar las invitaciones enviadas y recibidas.
- La recomendación del Observatorio es tener una red lo más amplia posible e interaccionar con ella para ver resultados (+ de 500 contactos).
- Para ello debes invitar a tu red a (amigos, conocidos, profesores, compañeros de estudios, tutores de prácticas, reclutadores, ETTs, profesionales de tu ámbito y de otros.
- Puedes seguir personas y empresa que sean de tu interés.



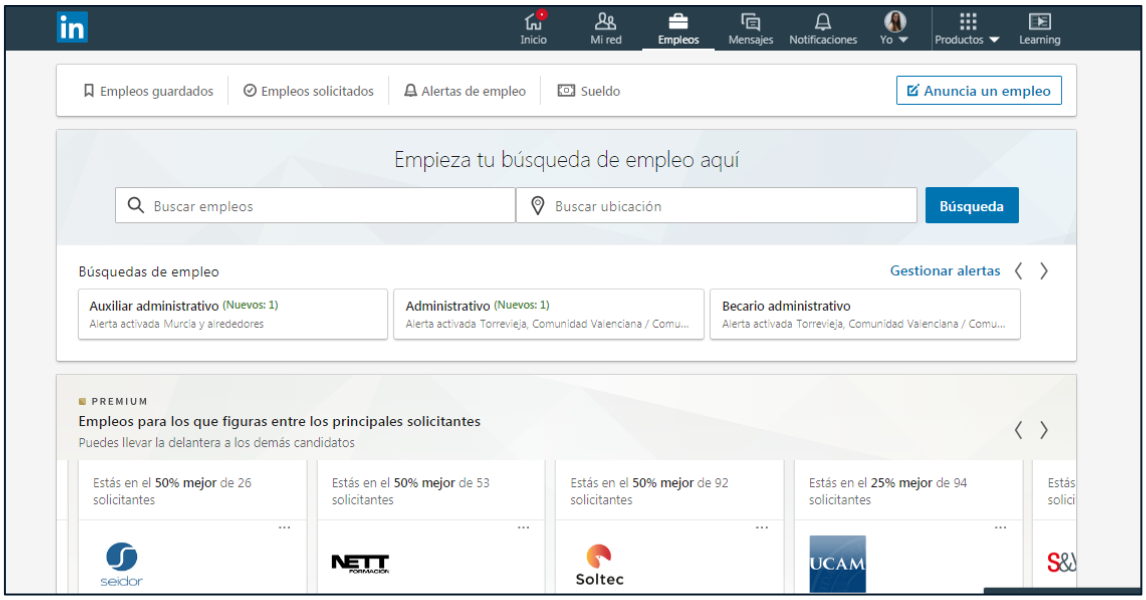
Tu red en LinkedIn:
La ventaja de una red es la conexión que me proporciona:

1º Nivel: mis contactos
2º Nivel: los contactos de mis contactos
3º Nivel: resto de perfiles

Una Red efectiva debería tener más de 500 contactos y se debe interactuar con ella:

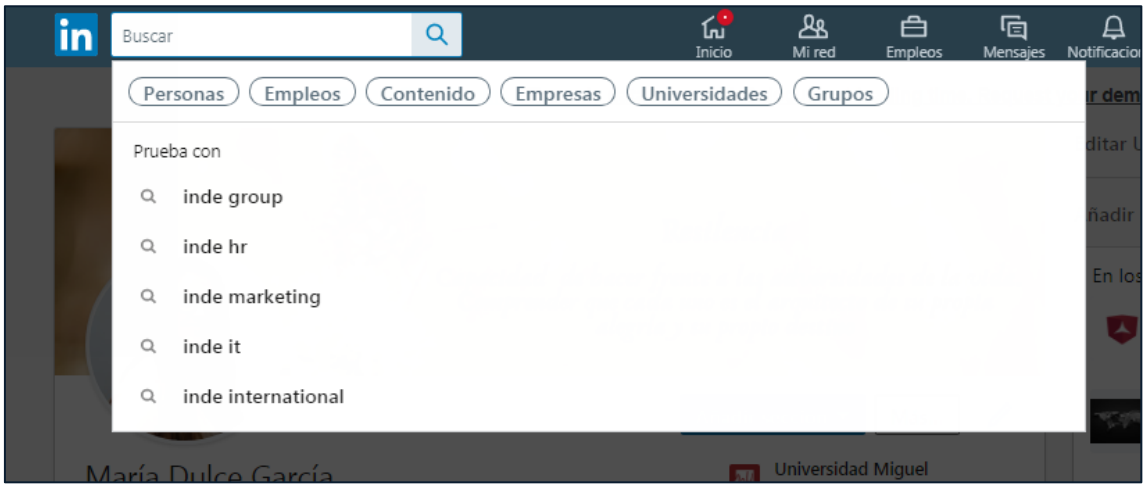
- ✓ Da *likes* y comenta publicaciones.
- ✓ Comparte y recomienda publicaciones de otros contactos.
- ✓ Valora aptitudes.
- ✓ Publica tu propio contenido
- ✓ Haz recomendaciones profesionales

Empleos: Podemos buscar las ofertas publicadas por empresas, aplicar filtros para la búsqueda, y activar alertas para que nos notifiquen sobre ofertas de nuestro interés**.**



Buscador:

- ✓ **Personas** -> Puedes encontrar personas, empresas, organismos o entidades.
- ✓ **Empleos** -> Te aparecerán empleos relacionados con tus intereses.
- ✓ **Contenido** -> Puedes buscar publicaciones según autor, sector de éste o fecha.
- ✓ **Empresas** -> Aparecen las empresas más relevantes.
- ✓ **Universidades** -> Encontramos todas las universidades.
- ✓ **Grupos** -> Podemos debatir temas de nuestro interés y hacer nuevos contactos.



Actividad:

- ✓ Uno no es visto en la red si no interacciona, así que mínimo recomienda publicaciones.
- ✓ Para mayor implicación, lo ideal es comentar y compartir aquello que nos interese y demuestre cuáles son nuestros conocimientos y expectativas en el entorno profesional.
- ✓ También es muy valorado realizar publicaciones propias.

Puntos clave para crecer en LinkedIn:

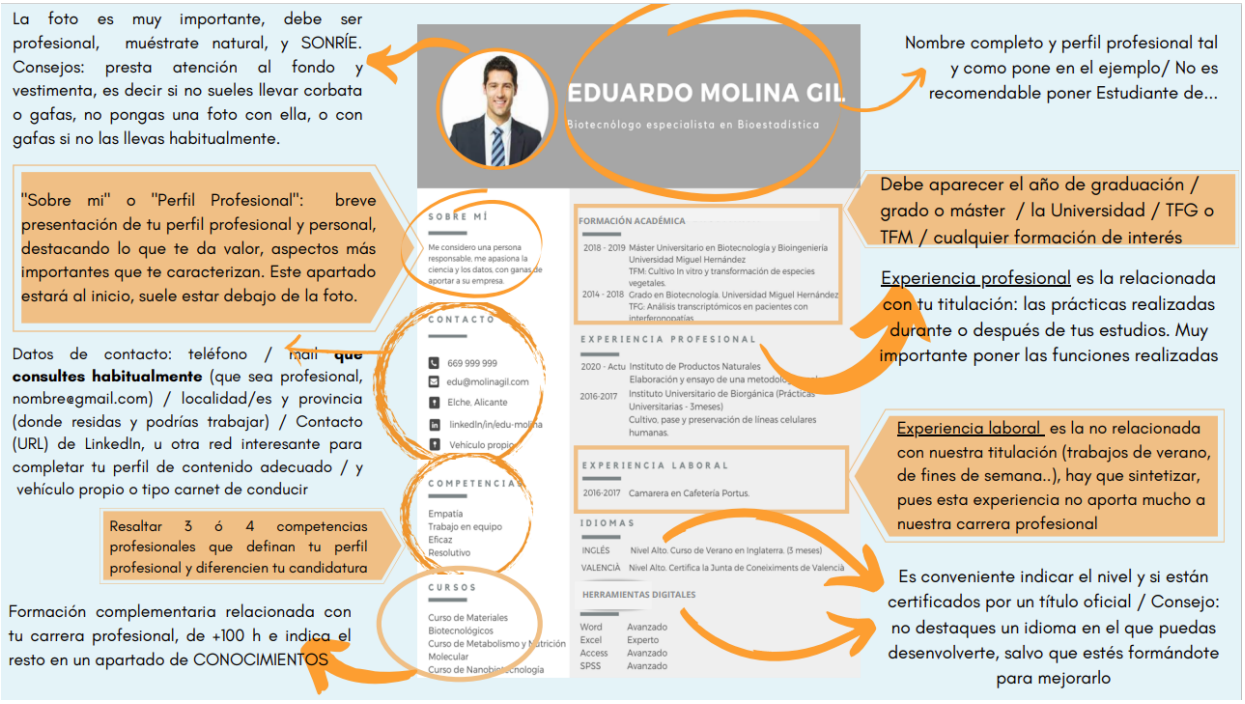
- ✓ Completa el apartado datos personales lo más exacto posible.
- ✓ Sin contactos no hay red. Una gran red genera oportunidades para el empleo.
- ✓ Cuida tus invitaciones de contacto, son una buena carta de presentación.
- ✓ Agradece siempre y mantén la comunicación viva.
- ✓ Analiza los perfiles y empresas que se interesan por ti según las visitas a tu perfil.
- ✓ Estudia las descripciones de puestos y comprueba cuáles son tus gaps.
- ✓ Publica artículos tanto propios como referenciados sobre tu área e incluye hashtag.
- ✓ Mantén una actividad en la red que contribuya a tu reputación.
- ✓ No se recomienda especificar 'En búsqueda activa de empleo', demuéstralo con tu interacción con la red, contacta y envíales mensajes.
- ✓ Revisa y corrige todos los errores gramaticales y faltas de ortografía.

3.5.6.¿Cómo hacer un buen Currículum Vitae?

- Es un resumen de tu vida profesional.
- Reflexiona sobre ti y autoevalúate: Puntos Fuertes/débiles y aptitudes.

Estructura de un CV:

- Extensión: 1 página máximo.
- Estructura lógica y ordenada.
- Claridad y lenguaje sencillo.
- Creatividad y buena presentación.
- Información y fotografía actualizada.
- Dirección de email profesional.
- Veracidad.
- Orienta tu CV a la oferta.



Antes de enviar tu currículum revisa:

1) Foto profesional.
2) El archivo que envías se llama 'CV nombre y apellido/s. pdf'
3) Nombre de los apartados.
4) Fechas bien escritas, orden cronológico inverso.
5) Apartados alineados y justificados correctamente.
6) Distinguir experiencia profesional y/o laboral.
7) Idiomas con nivel y certificado.
8) Incluir toda la información relevante.
9) Elegir bien los colores.
10) Tamaño de la letra legible (tamaño 11 o 12).

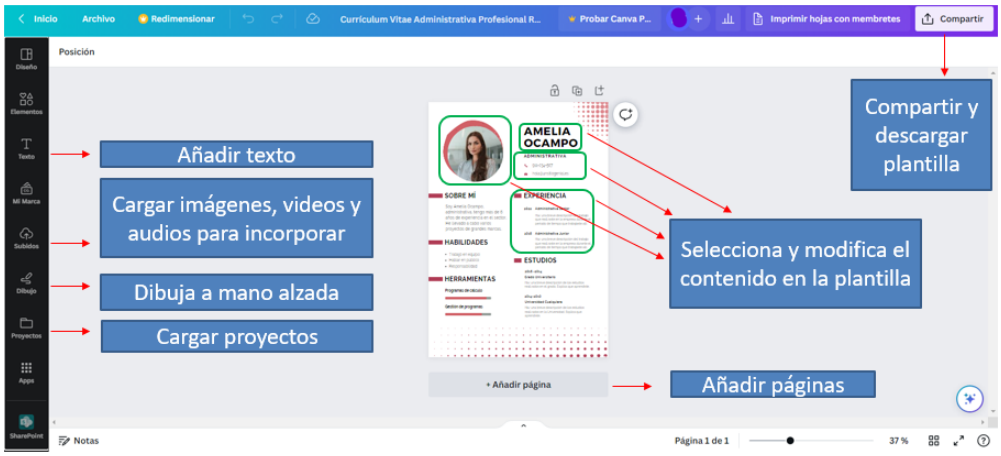
Para mejorar tu diseño puedes ayudarte de Canva:

- **Herramienta de diseño** online gratuita.
- **Pueden realizarse** carteles, presentaciones, y edición de documentos **a partir de plantillas.**
- **Nosotros la empleamos para hacer** nuestro currículum de manera estructurada, clara y creativa.

Regístrate: Puedes acceder a Canva utilizando tu cuenta de otras redes, email, o tu móvil. https://www.canva.com/

Escribe en la barra de búsqueda currículum vitae, y selecciona una plantilla y pinchamos en personalizar plantilla.

Recuerda las pautas sobre cómo redactar un buen currículum, y práctica, prueba, sé creativo y diseña el tuyo.



3.5.7.¿Cómo hacer una buena carta de recomendación?

Elemento complementario al CV, es esencial en las autocandidaturas. Finalidad conseguir entrevista.

Características principales:

- ✓ Encabezado con tus datos y los de la empresa.
- ✓ Personalización para cada empresa/entidad destinataria.
- ✓ Limita el espacio a una hoja.
- ✓ No hables de dinero.
- ✓ Sé honesto.
- ✓ Cuida el lenguaje.

1º Presentación:

- ✓ Muestra interés por la oferta publicada. Indicando cómo la has conocido.
- ✓ Presenta autocandidatura para futuros procesos.

2º Conocimientos/experiencias:

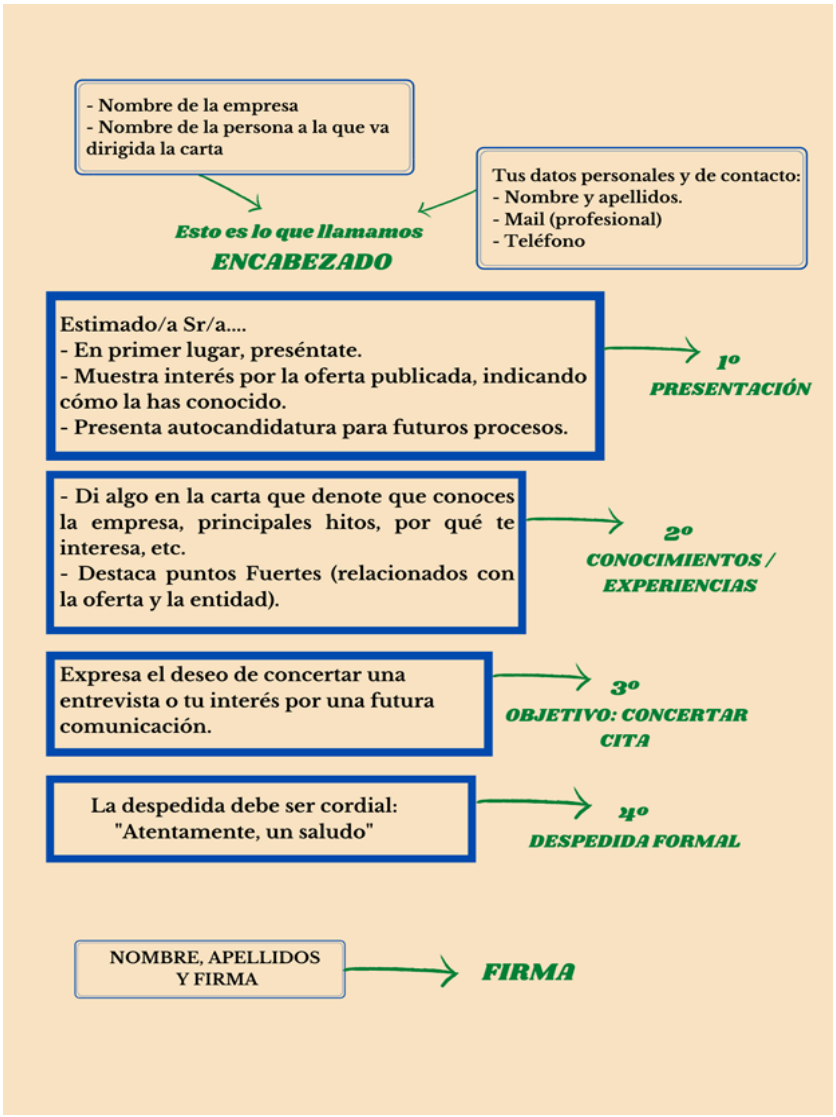
- ✓ Di algo en la carta que denote que conoces la empresa, principales hitos, por qué te interesa, etc.
- ✓ Destaca puntos fuertes relacionados con la oferta y la entidad.

3º Concertar cita:

- ✓ Expresa el deseo de concertar una entrevista o tu interés por una futura comunicación.

4º Despedida:

- ✓ Despedida formal y firma de la carta.



Fuente: elaboración propia.

¿Cómo contactar con empresas?

Envío de CVs a portales de empleo	Autocandidatura	Envío de CVs a portales de empleo
Normalmente te especifican el canal a utilizar. Suele ser por escrito. Puede ser un formulario en la web de la empresa. Se adjunta CV y Carta de Presentación.	Te adelantas a las ofertas de empleo. Te diriges directamente a las empresas de tu interés. ¿Cómo? Expón claramente qué puedes ofrecer a la empresa. Capta su atención. Resalta aquello que más les pueda interesar.	Recuerda las pautas sobre cómo redactar un buen currículum. Registra tus datos en el formulario del portal de empleo con coherencia a tu currículum. Algunos portales de empleo permiten adjuntar tu CV.

Nota: Cuando envíes el CV por mail o lo entregues en mano, te recomendamos escribes este texto en el pie del currículum. Autorizo el uso de mis datos personales a los únicos efectos de la participación en los procesos de selección, según la *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.*

Envío de CVs a portales de empleo:

- ✓ Adecoo: https://www.adecco.es/
- ✓ Empléate: https://www.empleate.gob.es/empleo/
- ✓ InfoJobs: https://www.infojobs.net/
- ✓ Indeed: https://es.indeed.com/
- ✓ LABORA: https://labora.gva.es/es/ciutadania
- ✓ LinkedIn: https://es.linkedin.com/
- ✓ Observatorio Ocupacional: https://observatorio.umh.es/
- ✓ PrimerEmpleo: https://www.primerempleo.com/
- ✓ StudentJob: https://www.studentjob.es/

¿A quién envío mi autocandidatura?

Debemos hacer una búsqueda de empresas según nuestro perfil profesional o académico. Nos ayudamos de:

- SABI
- Contactos personales, profesionales, profesores,
- Webs de datos empresa alternativas a SABI
- Colegios profesionales
- Empresas colaboradoras: http://universite.umh.es/obsbuscadorempresas/aspx/empresas.aspx
- LinkedIn
- Prensa, publicidad.

Cómo nos comunicamos con las empresas: Sigue las pautas que te indicamos para contactar con empresas o entidades para buscar prácticas o empleo, bien mediante una llamada, bien mediante email.

Cómo hacer una llamada:

- Saluda educadamente.
- Preséntate con tu nombre y apellidos.
- Pregunta por la persona e indica el cargo que ocupa en la empresa.
- Expresa los motivos por los que quieres contactar con ellos.
- Agradece la atención prestada, sea cual sea la respuesta.

Cómo redactar un email de presentación:

- Asunto atractivo. Nunca en blanco y no uses mayúsculas.
- Usa palabras clave que puedan pasar rápido un filtro de búsqueda: puesto, número de referencia en la oferta, a la atención de, años experiencia.
- Dirígete a la persona adecuada.
- Texto no muy extenso (3-4 líneas).
- Cuida la ortografía.
- Redacta en positivo.
- Saluda y despídete de forma correcta: Buenos días, muchas gracias.
- No avasalles con emails, si no hay respuesta, mejor usar otros medios.

Videocurrículum ¿Qué es? ¿Para qué me sirve? ¿Cómo puedo hacerlo?

- Funciona muy bien. Idóneo para vivir experiencias internacionales.
- Video breve que te permite presentar tu perfil profesional, habilidades y experiencia a una empresa o entidad.
- Te ofrece la oportunidad de diferenciarte y que indaguen en ti como candidato/a, dándonos amplias posibilidades.
- Trasciende más la información que la plasmada en el CV tradicional.
- Herramienta útil para diferenciarte.
- Mostrar tu desenvolvimiento en distintos idiomas y capacidad expresiva y síntesis en ellos (candidaturas internacionales).
- Expresar interés por la empresa destacando sus valores o algún logro, que nos haga destacar.
- Mostrar nuestra manera de expresarnos, capacidad de síntesis y cualidades de comunicación.

Es el momento de hablar a cámara y sacar lo mejor de ti. Sé natural. Sé original. Una vez tengas la grabación hecha, el siguiente paso es editar el vídeo:

- Cámara de vídeo/móvil.
- Escoge un buen lugar.
- Elige bien la indumentaria.
- Prepara un pequeño esquema.
- Duración 2-3 minutos.
- Buen encuadre de cámara.

Recomendaciones videocurrículum:

• Haz un guion con la presentación, formación académica, logros, idiomas y despedida.
• Ensaya frente el espejo y otras personas para hacerlo natural y espontáneo.
• Al inicio y al final, escribe tu email de contacto.
• Subtitula parte del contenido, ayudará a su comprensión.
• Sonríe, mantén actitud relajada, y controla la comunicación verbal y no verbal.

• Grábalo en un sitio bonito, cuida el audio si es en exteriores.
• Sube el vídeo a tu canal de YouTube, Vimeo, etc., si el tamaño del archivo supera el límite del mail.
• Despídete pidiendo una entrevista para explicar tus logros.
• Referencia tus redes sociales / profesionales, blogs, canal de YouTube, etc.

Preparación entrevista: Vamos a ver qué pasos, puntos y elementos a tener en cuenta para preparar bien una entrevista exitosa.

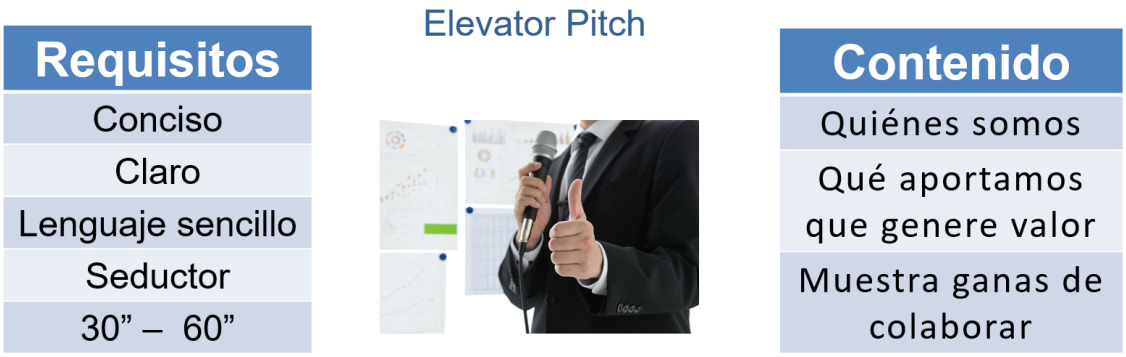
Antes de la entrevista:

1. Prepara las posibles preguntas que te puedan hacer.
2. Busca información de la empresa y de la persona entrevistadora.
3. Contacta con un correo profesional.
4. Sé educado e indica cualquier imprevisto que te surja si no puedes acudir o llegar tarde.
5. Lleva copias de CV y certificados o referencias que tengas.
6. Sé puntual y vístete adecuadamente como la foto profesional del cv.

Antes de la entrevista: *Elevator pitch*

¿Qué es? Concepto norteamericano referido a la conversación de ascensor, aludiendo a un discurso breve y conciso que presente nuestro perfil profesional, proyecto, empresa o negocio. Es un mini resumen de tu currículum.

¿Para qué sirve? Herramienta que permite presentarnos de forma personal y profesional, en el que se resume el valor que puedes aportar a un proyecto o empresa, con el objetivo de conseguir una oportunidad laboral, de negocio o de colaboración.



Fuente: elaboración propia.

Durante la entrevista de trabajo:

¿Cómo actúo?

- Dar la mano con confianza.
- Cuidar el lenguaje verbal y no verbal.
- Ser honestos.
- Hablar con tranquilidad.
- Mantener el contacto visual.
- Cuidar la postura en la entrevista.
- Preparar preguntas sobre el puesto.
- No interrumpir al entrevistador cuando hable, mantener los silencios.
- Procurar no gesticular demasiado o ser demasiado inexpresivo.

Dinámicas de grupo

- Complemento a valoración de candidatura individual.
- Tipo de entrevista grupal.
- Participan todos los candidatos a la vez o compitiendo por grupos.
- Duración 30’ – 60’.
- Planteamiento de un problema a resolver o un tema para debatir.

¿Para qué? El objetivo de este tipo de entrevista es observar las reacciones y el comportamiento de los aspirantes ante ciertas actividades y juegos. Se observan los roles que adoptan los candidatos y se analizan las actitudes de los mismos.

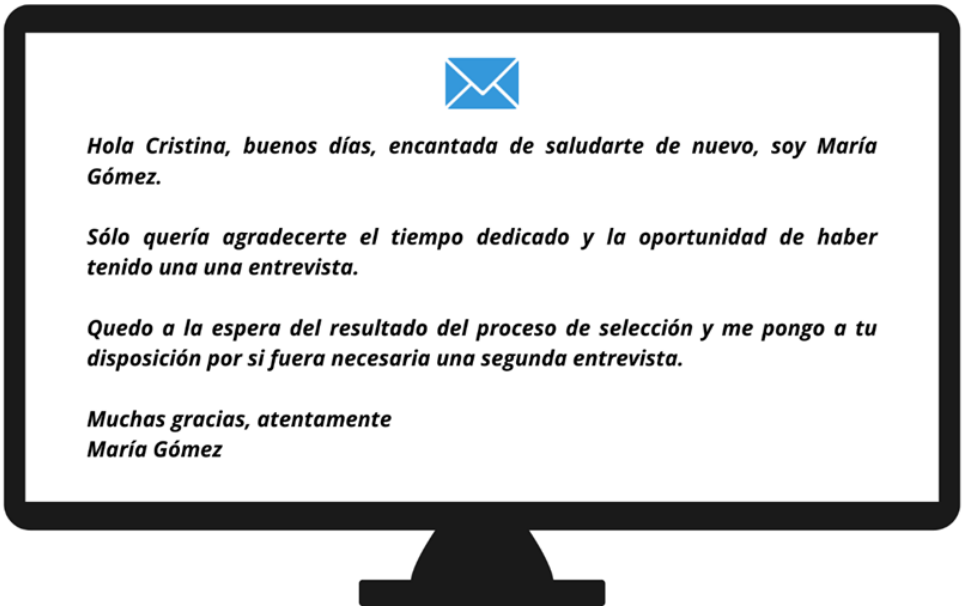
¿Cómo me enfrento a ellas?

- Sé natural y muéstrate como eres sin forzar un comportamiento.
- Sé proactivo y participa, no tengas vergüenza y busca soluciones a los retos planteados.
- Reflexiona y sé coherente, aporta valor en tus intervenciones.
- Sé creativo, da ideas innovadoras y diferenciadoras del resto.
- Cuida tu comunicación verbal como no verbal, tu imagen, actitud y gestos son clave.
- Sé asertivo y respeta las opiniones del resto, haz escucha activa, reflejará tu interés y capacidad de escucha.

¿Cómo te ha ido?

- ✓ Recopila información: Evalúate y mejora.
- ✓ Nombre de la empresa y del entrevistador/a.
- ✓ Preguntas planteadas.
- ✓ Comentarios sobre tu CV, experiencia, etc.…
- ✓ El lenguaje no verbal del entrevistador/a.
- ✓ Resalta los puntos positivos y negativos de la entrevista.
- ✓ Anota tus mejores respuestas.

Tras la entrevista: Agradece siempre al entrevistador/a tras cada entrevista



Fuente: elaboración propia.

Tras la entrevista ¿Estás a la espera?

- Interésate por el estado de tu candidatura tras unos días, sé paciente algunos procesos se alargan meses.
- Contacta por teléfono o mail proporcionado o búscalo por SABI, su web u otras opciones recomendadas.
- Como hemos indicado antes "siempre" agradece al entrevistador/a con ello denotarás interés en la empresa y el puesto ofertado.

3.5.14. *Mentoring*

¿Qué es? El programa *Mentoring* del Observatorio Ocupacional ofrece la posibilidad a que una persona más experimentada ayude a otra a establecer ciertas pautas profesionales, esta persona será un mentor o mentora con alta preparación y experiencia, el cual se encargará de guiar, orientar y aconsejar al estudiantado y Alumnis respecto de su desarrollo profesional, académico o como emprendedores/as.

¿Qué es un Mentor/a?

- Profesional en activo, experta en un ámbito o sector determinado.
- Con gran preparación y conocimiento.
- Con disposición a escuchar las inquietudes de futuros profesionales o emprendedores, y aconsejarles.
- 4 fases.

Fase 1. Establecer contacto

- Preguntarle los requisitos son necesarios para el perfil que buscas y detectar posibles áreas de mejora.
- Pregunta por las salidas que hay actualmente en tu área y compatibilidad de acceder al puesto que quieres con la situación actual, y en su caso las empresas que conoce en las que se demanden ese perfil.
- Pregunta e infórmate de la experiencia profesional del mentor, qué otros trabajos y responsabilidades tuvo antes del actual.

Fase 2. Seguimiento

- Estar activo y hacer un listado con las empresas comentadas y recomendadas enfocadas a tu perfil profesional. En caso de proyecto emprendedor, platea dudas, ámbitos de mejora,
- Cuando estés interesado en una empresa, enseñarle al mentor o mentora tu currículum para que te asesore si está bien enfocado para la empresa a la cual lo envías o para el puesto de trabajo, al igual que con la carta de presentación.

Fase 3. Asesoramiento y cierre

- Consultar qué se valora en un candidato/a.
- Examinar los errores que se deberían evitar en una entrevista de trabajo, o comentarios o publicaciones a evitar en redes sociales, pues muchas empresas se guían por lo que publican los candidatos.

- Revisar posibles áreas de mejora en relación a su carrera profesional, informándote sobre aquello relacionado con su objetivo, etc.

Fase 4. Toma de decisiones

- Revisa toda la información obtenida durante las sesiones anteriores.
- Comenta lo más relevante, áreas de mejora, *feedback*…
- Plantea las decisiones profesionales y reflexiona sobre las mismas.

3.5.15. Consideraciones finales

A lo largo de este taller, hemos explorado el proceso de planificación de la trayectoria profesional, abordando desde la definición de objetivos y la creación de un plan de acción, hasta la búsqueda de empresas, la elaboración de un currículum vitae y una carta de recomendación, la preparación para la entrevista de trabajo y el contacto con empresas.

Hemos planteado que la planificación de la trayectoria profesional es un proceso continuo y dinámico que requiere de reflexión, investigación y acción. No se trata simplemente de encontrar un trabajo, sino de construir una carrera que nos satisfaga y nos permita alcanzar nuestros objetivos personales y profesionales.

Es fundamental destacar la importancia de conocerse a sí mismo, identificar nuestros intereses, habilidades y valores, y definir nuestros objetivos a corto, mediano y largo plazo. El plan de acción se convierte en nuestra hoja de ruta, detallando los pasos que debemos seguir para alcanzar nuestros objetivos.

La creatividad también juega un papel importante en la búsqueda de empleo. Herramientas como Canva nos permiten diseñar un currículum vitae efectivo, atractivo y profesional, mientras que el vídeo-currículum se presenta como una forma innovadora de presentarnos a las empresas.

Hemos analizado diversas herramientas y recursos que pueden ser de gran utilidad en la búsqueda de empleo, como SABI y LinkedIn, así como la importancia de crear un currículum vitae y una carta de recomendación que destaquen nuestras fortalezas y nos diferencien de otras candidaturas. El contacto con empresas y la comunicación efectiva son habilidades esenciales para establecer relaciones y abrir puertas en el mundo laboral. Hemos compartido cómo contactar con empresas de manera profesional y cómo comunicarnos de manera clara y persuasiva.

La entrevista de trabajo se presenta como una oportunidad clave para demostrar nuestras habilidades y encajar en la cultura de la empresa. La preparación es fundamental para afrontar la entrevista con seguridad y confianza.

En resumen, la planificación de la trayectoria profesional es un proceso que requiere de compromiso, esfuerzo y dedicación. Los conocimientos y herramientas adquiridos en este taller te permitirán empezar a tomar las riendas de tu carrera y construir un futuro profesional exitoso y satisfactorio.

Os invitamos a poner en práctica lo aprendido, a seguir investigando y aprendiendo, y a no rendirte ante los desafíos que puedan presentarse. Recuerda que el éxito profesional es el resultado de la perseverancia, la pasión y la búsqueda constante de nuevas oportunidades.

3.6. TALLER DE *NETWORKING*, FORTALECE TUS REDES PROFESIONALES

3.6.1. Objetivos del taller

- Ayudar a identificar y comprender las fortalezas y debilidades personales, así como las posibles áreas de mejora.
- Mostrar las características y beneficios del *networking*.
- Facilitar herramientas para el fomento y fortalecimiento del *networking*.
- Formar en capacidad de crear redes profesionales dinámicas y sólidas.

3.6.2. ¿Qué es el *Networking*? ¿En qué nos favorece? Consideraciones iniciales

El *networking* es el arte de establecer y mantener conexiones significativas con **personas clave** en diferentes ámbitos. En el mundo actual de los negocios, las **relaciones** y las **conexiones** juegan un papel fundamental en el **éxito profesional.**

A través de este arte:

- se pueden descubrir **oportunidades de negocio,**
- obtener **información valiosa,**
- **compartir** conocimientos
- y **colaborar** en proyectos conjuntos.

Un grupo diverso de personas, con diferentes antecedentes, y experiencias, nos permitirá (VV.AA., 2022):

- identificar nuevas tendencias y oportunidades,
- así como desarrollar ideas más innovadoras,
- ya que al relacionarnos con los demás **aumenta exponencialmente la probabilidad de obtener información útil y conectar los puntos.**

De hecho, **el *networking* favorece** nuestra capacidad para:

- relacionarnos y establecer conexiones con otras personas,
- dar visibilidad y el reconocimiento de la marca personal,
- crear una reputación sólida
- abrir puertas a nuevas oportunidades profesionales
- establecer contactos, sino también desarrollar y mantener relaciones significativas con personas clave en la industria.

Según Emilio Márquez, CEO de *La Latina Valley,* club de debates y de negocios en español. Autor de *LinkedIn: uso para profesionales y empresas* (2020):

“La base del *networking* es la generosidad, la proactividad y la confianza”, “Se trata de establecer una relación bidireccional que no solo va a cubrir nuestras necesidades profesionales, sino también las de la persona con la que decidamos establecerla. De ahí que haga falta ser generoso y tener confianza”.

En conexión, **¿Conoces la teoría de los 6 grados de separación?** Frigyes Karinthy (1929).

Recogida también en el libro ***Six Degrees: The Science of a Connected Age*** **del sociólogo Duncan Watts (2003)** y que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis "saltos".

Por lo tanto, ¿el mundo es un pañuelo? sí.

Fuente: Pixabay

Conocemos a un gran número de personas a lo largo de nuestro día a día, y estas a su vez a otros tantos, que a su vez también tendrán otros tantos. A la larga, el número de personas interconectadas iría creciendo exponencialmente. Estamos conectados, pero per se en ocasiones no es suficiente, por ello debemos nutrir, cuidar y fortalecer esas redes.

Entonces ¿qué nos frena?

- Miedo al rechazo,
- Miedo a lo desconocido,
- Miedo a la soledad,
- Miedo al silencio….

Al otro lado del miedo están las oportunidades. El secreto está en practicar, prepararse. relajarse, salir de la zona de confort.

En este sentido el autoconocimiento resulta vital, antes de intentar conectar con otras personas debemos respondernos a las siguientes preguntas:

- ¿Quién eres?
- ¿Qué inquietudes tienes?
- ¿Qué puedes ofrecer/sabes hacer?
- ¿Cuál es tu "marca" personal?

Además, para fortalecer nuestras redes profesionales debemos cuidar **todas** las fases de nuestros procesos de "*networking*": **antes, durante y después.**

Antes de profundizar en el mundo del *networking* cabe exponer las habilidades implicadas:

- Escucha activa,
- Comunicación eficaz,
- Liderazgo horizontal,
- Trabajo en equipo,
- Inteligencia emocional,
- Creatividad,
- Resolución de problemas,
- Flexibilidad,
- Experimentación,

- Ética labora,

Todas fundamentales en el mundo actual.

3.6.3. Tipos de *networking*

1. Online
2. Presencial
3. Personal
4. Informal
5. Operacional

El *networking* se manifiesta en diversas modalidades, cada una con características y propósitos distintos.

Estas modalidades de *networking* no son excluyentes ni independientes, sino que **se complementan y enriquecen mutuamente.** El *networking* es un proceso dinámico y multifacético que requiere un **enfoque integral y adaptado a las circunstancias.**

Al combinar las diversas modalidades de *networking*, **se maximizan las oportunidades** de crecimiento personal y profesional, se establecen relaciones significativas y se accede a un abanico más amplio de recursos y conocimientos.

***Networking* online:**

- Se realiza **principalmente** mediante **redes sociales.**
- **LinkedIn** es la red social por excelencia para esta actividad,
- También se puede realizar en otras redes como ***Instagram, YouTube, TikTok*** y más.
- **Importante, amplía la mirada:** Asimismo es posible hacer *networking online* en eventos en línea, ***workshops*, cursos virtuales y muchos otros espacios digitales** pensados para profesionales.
- Una de las ventajas del *networking* online es que reduce **el coste energético y económico** que implica movilizarse a otros lugares.
- Además, permite conectar con una gran cantidad de **personas de cualquier parte del mundo.**

Pero **¿Qué desventajas puede tener si no lo equilibramos con otros formatos de *networking*?** desconexión con la realidad, superficialidad en las relaciones, distanciamiento., entre otras.

***Networking* presencial:**

Es aquel que se realiza cara a cara, e implica hablar con cada una de las personas clave para generar contactos. ¿Dónde?:

- en eventos,
- espacios de trabajo compartidos,
- reuniones sociales,
- workshops,
- entre otros.

Para el *networking* presencial es importante tener preparado una presentación sobre tu trabajo y tus tarjetas a mano.

Elevator pitch: ¿Imagina que un día entras en un ascensor y ahí está la persona que te puede ayudar a financiar/lanzar tu proyecto? ¿La persona que te puede contratar? Tienes 20 segundos… Extrapola este caso a una pequeña conversación en el descanso de un Congreso…o en el *coffee break* de una feria de profesionales…. ¿tienes claro qué dirías?

***Networking* personal:**

Es una de las formas de hacer *networking* más "relajadas" y espontáneas, pues se da en situaciones cotidianas:

- en una cafetería
- durante el almuerzo
- en el gimnasio…

Su objetivo es socializar con las personas sin buscar específicamente la conexión profesional, pero aprovecharla si se presenta la oportunidad.

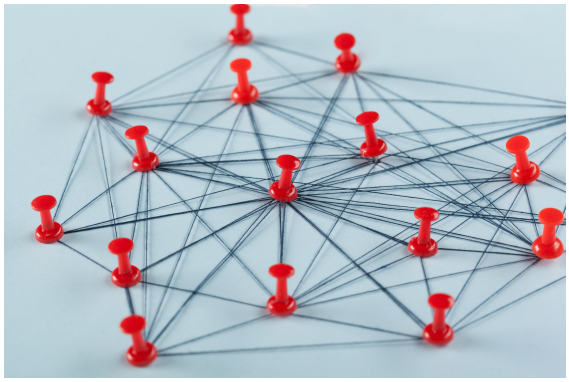
Puede ser una forma de hacer amistades en el ámbito profesional y conocer personas en situaciones parecidas a la tuyas, con las que compartir experiencias…logros, inquietudes y frustraciones. Por lo tanto, resulta fundamental: Escuchar(se) y aconsejar(se).

***Networking* operacional:**

Es ideal para desarrollar una red de contactos con:

- Agentes proveedores.
- Clientes.
- Socios/as.

que participan en el crecimiento de tu proyecto. Gracias a esta red puedes aumentar las oportunidades de negocio.



Fuente: Envato elements

3.6.4. Recomendaciones a nivel comunicativo para todo tipo de *networking*

- Tratar de ser concisos e ir al grano.
- Evitar repeticiones.
- Al comunicarnos, no volver constantemente a asuntos del pasado.
- Busca el tiempo y el espacio adecuado para comunicarnos.
- Abordar los asuntos por separado, de forma ordenada.

- Cuidar la comunicación no verbal.
- Incluso los silencios importan.
- Evitar hablar en términos absolutos.
- Comunicarnos de forma eficaz.

Si no existe una coherencia entre el contenido del acto comunicativo, la posición y uso de todo el cuerpo (tono de voz, mirada, brazos y piernas) el mensaje llegará de una forma confusa y distorsionada. En este sentido, son factores decisivos: **La conciencia + naturalidad + coherencia.**

3.6.5.¿Qué nos aleja de los beneficios del *networking*?

Varios factores pueden obstaculizar los beneficios del *networking* efectivo.

- La **falta de escucha activa** impide comprender las necesidades y perspectivas de los demás.
- Mientras que la **deshonestidad y la exageración** erosionan la confianza y credibilidad.
- **Crear falsas expectativas** puede generar decepción y dañar relaciones profesionales.
- Monopolizar el tiempo de otros y **forzar conversaciones o conexiones** resulta intrusivo y contraproducente.
- Sin duda alguna **actitudes egocéntricas o narcisistas** dificultan la construcción de relaciones significativas y colaborativas.
- Acudir a otros solamente cuando necesitamos algo de ellos, e **ignorarlos intencionadamente** cuando no los necesitamos, demuestra falta de respeto.

Superar estos obstáculos requiere:

- ✓ Escucha genuina
- ✓ Honestidad
- ✓ Reciprocidad
- ✓ Respeto por el tiempo y espacio de los demás.

3.6.6. Herramientas para el *networking*

LinkedIn

- Es la red profesional más usada en todo el mundo.
- Los trabajos se consiguen por contactos.
- Apareceremos en las búsquedas de las empresas.
- Podemos estar en contacto con profesionales de todo el mundo desde casa.
- Nos permite llegar a miles de personas a través de nuestros contactos.
- Nos puede servir para ver qué camino seguir para contactar con alguien.

A través de esta herramienta puedes:

- Gestionar nuestros contactos y buscar nuevos.
- Administrar las invitaciones enviadas y recibidas.

Se recomienda tener una red lo más amplia posible e interaccionar con ella para ver resultados (+ de 500 contactos).

- Para ello debes invitar a tu red a (amigos, conocidos, profesores, compañeros de estudios, tutores de prácticas, reclutadores, ETT's,
- profesionales de tu ámbito y de otros.
- Puedes seguir personas y empresas que sean de tu interés.

¿En qué momentos o actividades puedo conectar con otras personas? ¿Qué te ofrece la UMH y tu entorno más próximo?

Actividades UMH para conectar con otras personas:

- *Mentoring*
- *EmpleoWeekend*
- *EmprendeWeekend*
- Jornadas de Empleo
- Prácticas
- Formación continua
- Microcredenciales
- Workshops

El ***mentoring*** es una relación de desarrollo personal en la cual una persona más experimentada ayuda a otra con menor conocimiento.

En el ámbito de la UMH pretendemos que el mentor sea una persona con gran preparación y experiencia, cuya misión sea guiar, orientar y aconsejar a estudiantes y titulados de la UMH en su desarrollo profesional, académico o como emprendedor.

De este modo, más que una acción formativa, se trata más bien de un acto que afina y enriquece al estudiante o recién titulado, añadiendo más opciones y puntos de vista para que pueda elegir con acierto y le ayude a descubrir por sí mismo las opciones más acertadas.

Programa Mentoring UMH

Más actividades UMH para conectar con otros.

El Observatorio Ocupacional UMH organiza desde sus inicios las **jornadas de empleo,** que vienen a reforzar la colaboración entre la universidad, colectivo Alumni y las empresas en materia de empleo.

Las Jornadas se realizan individualmente para cada titulación o área de conocimiento, de forma que el contacto entre empresas y estudiantes es más cercano e interesante.

Jornadas de empleo: Observatorio Ocupacional UMH » Jornadas de Empleo

Aquí va un ejemplo:

Fuente: Observatorio Ocupacional UMH.

Más actividades UMH para conectar con otros:

***EmpleoWeekend*,** un evento formativo del Observatorio Ocupacional UMH que incluye procesos de selección, entrevistas (grupales e individuales), *networking y mentoring* por parte de varias empresas. Previamente al evento, y durante, los estudiantes o titulados/as participantes realizan diferentes actividades formativas para, en definitiva, formarse de cara a procesos de selección.

Fuente: Observatorio Ocupacional UMH.

Más actividades UMH para conectar con otros:

La ***Microcredencial en competencias profesionales, empleabilidad y emprendimiento*** consiste en un programa de formación semipresencial u online que ofrece a sus participantes la oportunidad de aprender habilidades y capacidades útiles para la actividad profesional, la búsqueda de empleo y el emprendimiento. Los participantes aprenderán a utilizar redes sociales para el empleo, *networking*, marketing personal para la búsqueda de prácticas y trabajo, pasos y trámites para crear empresas, cómo buscar socios y colaboradores, y mucho más.

Fuente: Observatorio Ocupacional UMH.

Para completar el título se deben realizar **200 horas de formación y permite realizar hasta 900 horas de prácticas en empresas.**

El curso oferta 20 talleres que consisten en:
1. *Coaching* y programación neurolingüística.
2. Productividad y competencias digitales.
3. Búsqueda de socios y colaboradores.
4. *Ecommerce* y franquicias.
5. Lean Startup.
6. Comunicación.
7. Búsqueda de prácticas/empleo.
8. Redes Sociales para el empleo.
9. *Marketing* personal para la búsqueda de prácticas y trabajo.
10. El proceso de selección.
11. *Networking*
12. Liderazgo.
13. Adaptación a los cambios en el mundo profesional.
14. Prevención de riesgos laborales.
15. *Business canvas model* para tu empresa.
16. Imagen corporativa, marca de empresa y *neuromarketing.*
17. Pasos y trámites para tu empresa y propiedad intelectual.
18. Vivir y trabajar en el extranjero.
19. Videocurrículum.
20. Creatividad.

Más información: https://observatorio.umh.es/2024/09/11/en-competencias-profesionales-empleabilidad-y-emprendimiento/

La ***Microcredencial en dirección de equipos y gestión del talento,*** es un título de formación semipresencial que te permitirá potenciar tu liderazgo, crear equipos eficientes y aumentar la productividad de empresas y organizaciones. El programa se estructura en 20 seminarios y talleres teórico-prácticos.

En cuanto a los contenidos, están agrupados en 5 módulos:

- **Liderazgo (40 horas):** Autogestión y gestión de personas. Creatividad en el liderazgo. Inteligencia emocional en el liderazgo: empatiza, conecta, convence. Guiando con el ejemplo. La influencia en la dirección de equipos: convence, gusta, atrae. Habilidades de dirección: estrategia y estructura organizativa.

- **Coaching (40 horas):** Comunicación desde la Programación Neurolingüística (PNL). Coaching personal, empresarial-organizacional y de equipos. Iniciativa, cambio y emprendimiento. Estrés laboral: estrategias para manejarlo.

- **Gestión de Equipos (40 horas):** Asertividad y empatía en el mundo profesional. Gestión de conflictos personales en la empresa. *Burnout y mobbing:* cómo evitarlos en tu equipo. Estrategias de organización de equipos de trabajo.

- **Presentación de proyectos (40 horas):** Claves del éxito empresarial. Estrategias para la presentación exitosa de proyectos (creando marca personal). *Networking*: gestión de contactos. Desarrollo de habilidades comunicativas en la empresa: comunicación verbal y no verbal.

- **Productividad (40 horas):** Motivación, rendimiento y productividad en la empresa. Herramientas de productividad y gestión eficiente del tiempo. Felicidad como clave de la productividad. Hábitos productivos en el trabajo.

Además de adquirir y fortalecer todas estas competencias, cruciales en términos de *networking*, el alumnado suele estar compuesto por profesionales con experiencia, por lo que se fomenta el *networking* entre compañeros y profesores.

Fuente: Observatorio Ocupacional UMH.

Más información: https://observatorio.umh.es/2024/09/11/micro-credencial-en-direccion-de-equipos-y-gestion-del-talento/

Estas microcredenciales son punteras y se actualizan cada año.

3.6.7. Consideraciones finales:

A lo largo de este taller, hemos explorado la esencia del *networking* y su impacto significativo en el desarrollo profesional. Hemos desmitificado la idea de que el *networking* es solo para extrovertidos o para aquellos que buscan empleo, y hemos destacado su valor como una herramienta fundamental para el crecimiento personal, la expansión de oportunidades y la construcción de relaciones significativas en el ámbito laboral.

Hemos aprendido que el *networking* va más allá de la simple acumulación de contactos; se trata de establecer conexiones auténticas, basadas en el interés genuino por los demás y en la voluntad de ofrecer valor. Hemos analizado los diferentes tipos de *networking*, desde el online hasta el presencial, pasando por el informal y el operacional, y hemos comprendido que cada uno tiene sus propias dinámicas y estrategias.

Es fundamental recordar que el *networking* es un proceso continuo que requiere tiempo, esfuerzo y dedicación. No se trata de esperar resultados inmediatos, sino de cultivar relaciones a largo plazo, basadas en la confianza y el respeto mutuo. Hemos compartido recomendaciones a nivel comunicativo, desde cómo presentarnos de manera efectiva hasta cómo dar seguimiento a nuestros contactos, y hemos identificado aquellos comportamientos que pueden alejarnos de los beneficios del *networking.*

Las herramientas para el *networking*, tanto *online* como *offline*, son diversas y están en constante evolución. Desde las redes sociales profesionales hasta los eventos del sector, pasando por las plataformas de contacto y las aplicaciones móviles, es importante conocer las opciones disponibles y utilizarlas de manera estratégica.

En última instancia, el éxito del *networking* radica en la autenticidad, la generosidad y la persistencia. Se trata de ser uno mismo, de mostrar interés genuino por los demás, de ofrecer ayuda y apoyo, y de mantener el contacto a lo largo del tiempo. Al adoptar estas actitudes, estaremos construyendo una red profesional sólida y valiosa que nos abrirá puertas y nos impulsará hacia el éxito.

4.CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de esta publicación, hemos explorado la creciente importancia de las *Soft Skills* y su impacto en el desarrollo personal, académico y profesional. Hemos destacado cómo estas competencias se han convertido en un factor crucial para el éxito en el mercado laboral actual, donde las empresas valoran cada vez más la capacidad de las personas candidatas para comunicarse eficazmente, trabajar en equipo y de forma colaborativa, resolver problemas de manera creativa, transferir conocimientos y adaptarse a los cambios.

En este sentido, la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) se ha posicionado a la vanguardia al reconocer la necesidad de integrar las *Soft Skills* en la formación de sus estudiantes y colectivo Alumni.

La propuesta de un itinerario formativo en *Soft Skills* representa un paso audaz hacia la preparación integral de los futuros profesionales. Al ofrecer talleres prácticos y experienciales que abarcan áreas clave como el autoconocimiento, la colaboración, el pensamiento crítico, la divulgación científica, el *networking* y el diseño de la trayectoria profesional, la UMH está brindando a sus estudiantes y titulados/as las herramientas necesarias para destacar en un entorno laboral competitivo.

Resulta fundamental subrayar que la adquisición de *Soft Skills* no es un proceso estático, sino un aprendizaje continuo que se nutre de la experiencia y la reflexión. Los talleres y actividades propuestas por la UMH son un excelente punto de partida, pero es responsabilidad de cada persona aprovechar al máximo estas oportunidades, practicarlas activamente y buscar constantemente nuevas formas de desarrollar y fortalecer estas habilidades blandas.

Esperamos que esta publicación haya servido como un recurso útil e inspirador. Invitamos a seguir explorando este tema apasionante y a participar activamente en la construcción de un futuro donde las habilidades blandas sean reconocidas y valoradas como pilares fundamentales del éxito profesional y personal.

5.EJERCICIOS

5.1. Tareas taller autoconocimiento:

Tarea 1 autoconocimiento. Enumera las dimensiones del autoconocimiento. Describe brevemente, con tus palabras, cada una de ellas.

Tarea 2 autoconocimiento. Pon dos frases de ejemplo sobre ti mismo/a (1 que consideres positiva y 1 que consideres negativa), para cada una de las dimensiones del autoconocimiento (10 frases en total).

Un posible ejemplo para la dimensión autoconcepto, podría ser: "Soy una persona muy alegre"; "Soy demasiado impulsivo/a".

Tarea 3 autoconocimiento. ¿Crees que es importante tener un amplio autoconocimiento a la hora de enfrentarte a una entrevista de trabajo? Justifica tu respuesta.

La respuesta debe incorporar una reflexión crítica y personal, evitando aportaciones excesivamente generales. Extensión: un mínimo de 3 párrafos.

Tarea 4 autoconocimiento. Realiza un "análisis de logros pasados". A continuación, elige uno de esos logros, descríbelo brevemente y añade las habilidades y/o competencias que fueron necesarias para conseguirlo.

Recuerda que pueden ser logros académicos, deportivos, personales, laborales, etc.

Tarea 5 autoconocimiento. Haz una "planificación de pequeños pasos".

Escribe a continuación la secuencia de pasos que te harían alcanzar tus metas profesionales.

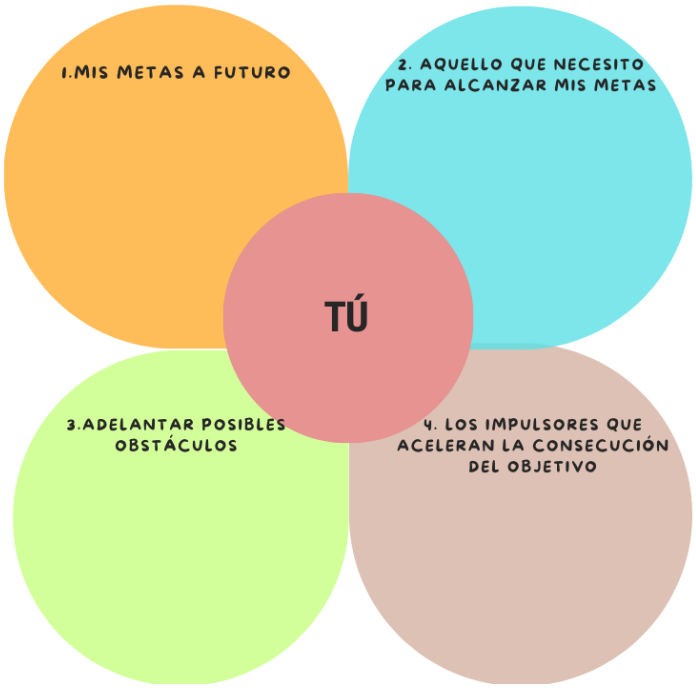
Tarea 6 autoconocimiento. Elabora un "desarrollo de plan de carrera personalizado".

Anota a continuación 3 posibles oportunidades laborales que existan en tu provincia o comunidad autónoma en este momento, con respecto al área de trabajo que te interese (no es necesario que pongas el nombre de las empresas, indica únicamente el nombre de los puestos ofertados).

Tarea 7 autoconocimiento. Pon un ejemplo de cómo te percibes a ti mismo/a, según cada uno de los componentes de la dimensión "autoconcepto" (físico, cognitivo, emocional, social y familiar).

Tarea 8 autoconocimiento. Piensa en los siguientes fenómenos: pesimismo defensivo, efecto Pigmalión/Rosenthal o profecía autocumplida**,** síndrome del impostor/a. Seguramente hayas experimentado alguna situación que pueda encajar con estos conceptos, ya sea a nivel laboral o a la hora de enfrentarte a algún examen, exposición oral, trabajo de clase, etc. Explica a qué concepto haces referencia, describe brevemente la situación y anota qué sentiste y/o pensaste.

Tarea 9 autoconocimiento. Reflexiona y completa el siguiente Mandala.



Tarea 10 autoconocimiento. Elabora una ventana de Johari (basándote en el ejemplo).

	LO QUE CONOCES DE TI	LO QUE DESCONOCES DE TI
LO QUE CONOCEN DE TI	**ÁREA PÚBLICA** Lo que conozco sobre mí mismo/a y las demás personas también conocen.	**ÁREA CIEGA** Lo que el resto de personas conocen sobre mí, pero yo no conozco.
LO QUE NO CONOCEN DE TI	**ÁREA OCULTA** Lo que conozco sobre mí y no cuento al resto de personas.	**ÁREA DESCONOCIDA** Lo que ni yo mismo/a, ni el resto, conocemos sobre mí.

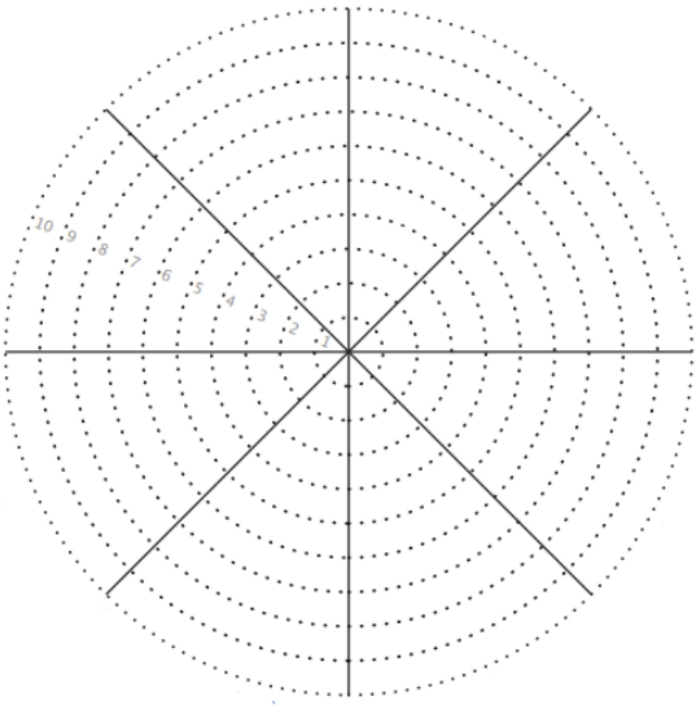
Fuente: elaboración propia.

	LO QUE CONOCES DE TI	LO QUE DESCONOCES DE TI
LO QUE CONOCEN DE TI		
LO QUE NO CONOCEN DE TI		

Fuente: elaboración propia.

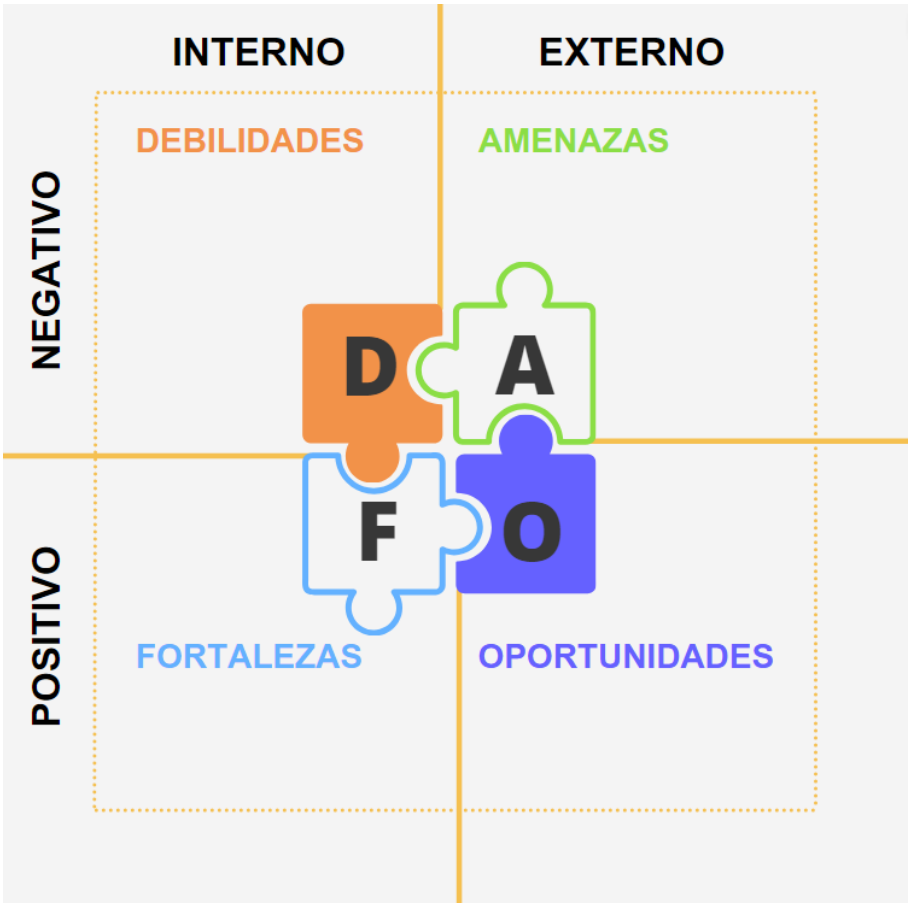
Tarea 11 autoconocimiento.

Cumplimenta tu rueda de la vida y una vez que tengas todos los puntos unidos, reflexiona sobre cuáles son las áreas en las que deberías incidir para aumentar tu satisfacción y llegar a un equilibrio:



ALGUNAS ÁREAS POSIBLES: Familia, Amigos, Trabajo, Finanzas, Pareja, Salud y cuidado personal, Éxito, Ocio y Diversión, Espiritualidad, Amor, Formación, Libertad, Seguridad, Apasionamiento, Autoestima, Autorrealización o Desarrollo personal, Ambiente Físico, etc.

Tarea 12 autoconocimiento. Realiza el análisis DAFO basándote en tu perspectiva profesional futura:

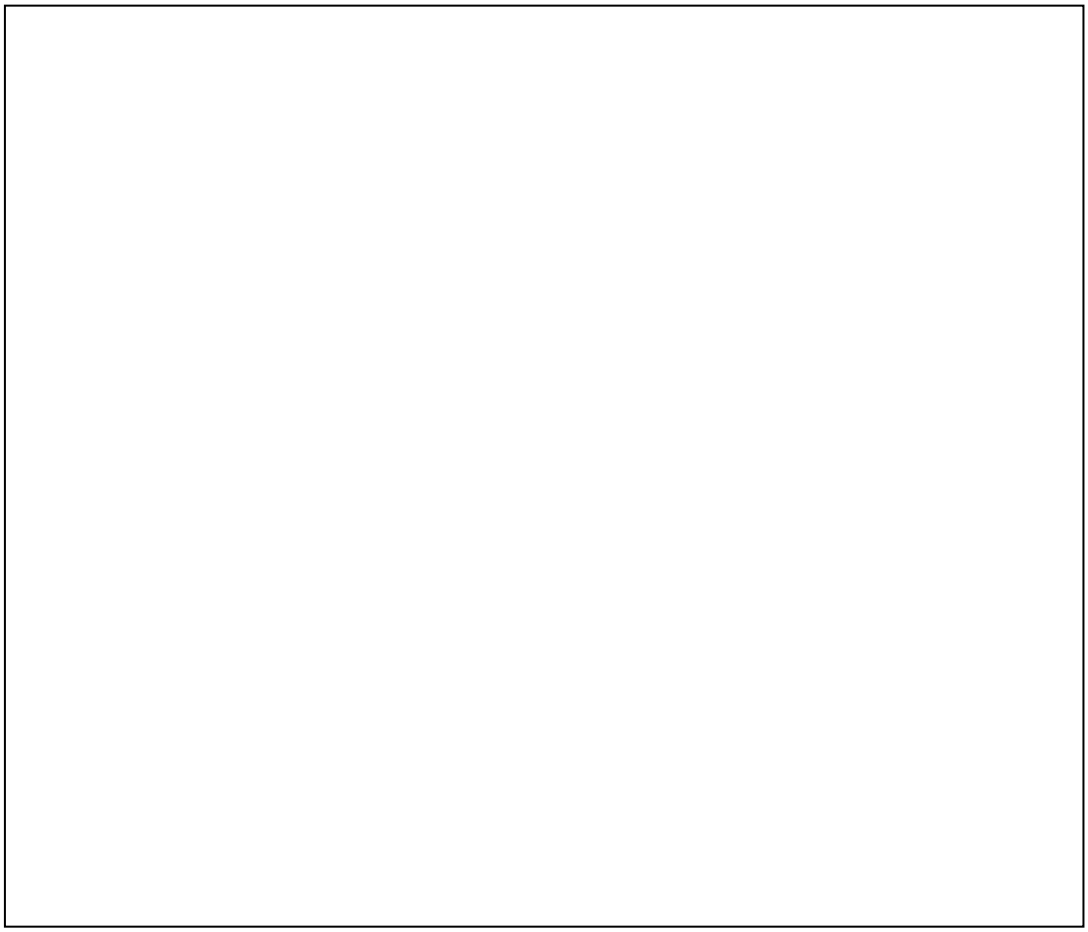


Tarea 13 autoconocimiento. Reflexiona sobre el Locus de control y los estilos atribucionales, con respecto a los éxitos o fracasos en tu vida.

Escribe a continuación dos ejemplos sobre ti mismo/a (uno de éxito y uno de fracaso), explicando a qué lo atribuiste. Puede ser con respecto a amistades, parejas, exámenes, acceso a puestos de trabajo, tareas de clase, etc.

Ejemplo de fracaso: lo dejé con mi pareja y atribuí el fracaso de mi relación a que él/ella siempre estaba ocupado/a y no me prestaba atención (Locus de control externo). / Lo dejé con mi pareja y atribuí el fracaso de mi relación a que mi carácter era insoportable y siempre le estaba echando la bronca por tonterías (Locus de control interno).

Ejemplo de éxito: aprobé el examen oral de inglés, porque mi compañero/a era mucho peor que yo y me hizo parecer mejor de lo que realmente soy (Locus de control externo). / Aprobé el examen oral de inglés, porque se me dan muy bien los idiomas y además había estado practicando bastante tiempo (Locus de control interno).



5.2. Tareas taller de colaboración y trabajo en equipo

Tarea 1 colaboración y trabajo en equipo. Describe la importancia de saber trabajar en equipo:

Tarea 2 colaboración y trabajo en equipo. Define con tus propias palabras lo que es el trabajo en equipo:

Tarea 3 colaboración y trabajo en equipo. Enumera las 5 dimensiones que constituyen el trabajo en equipo:

Tarea 4 colaboración y trabajo en equipo. Define brevemente en qué consiste cada una de las dimensiones de la tarea anterior:

Tarea 5 colaboración y trabajo en equipo. Enumera los 4 aspectos que hay que tener en cuenta para constituir un equipo de trabajo:

Tarea 6 colaboración y trabajo en equipo. Basándote en una situación pasada o inventando una nueva, redacta un ejemplo de uno de los 5 apartados de la sección "Seguimiento y evaluación del trabajo en equipo":

Tarea 7 colaboración y trabajo en equipo. Piensa en alguna ocasión en la que hayas elaborado un plato nuevo para ti (con tu pareja, familia, etc.). Analiza todo el proceso, desde la búsqueda de la receta, hasta el resultado final, y responde a las siguientes preguntas: ¿Crees que la planificación fue correcta? ¿Cuál fue el resultado? ¿Qué aspectos mejorarías? ¿Por qué?

Tarea 8 colaboración y trabajo en equipo. Elabora una tabla sencilla (Word o Excel), en la que incluyas todo lo que haces durante una semana (comer, estudiar, ocio, etc.). La tabla debe reflejar lo siguiente: día de la semana, horas, actividades (hora de inicio, de finalización, y duración total de cada una) y el orden de importancia que tiene para ti cada actividad (del 1 al 5). No es necesario que la traslades aquí, únicamente responde a las siguientes preguntas: ¿Has observado alguna actividad que te esté quitando tiempo y de la que puedas prescindir? ¿Qué se te ocurre para gestionar mejor tu tiempo y aprovecharlo al máximo?

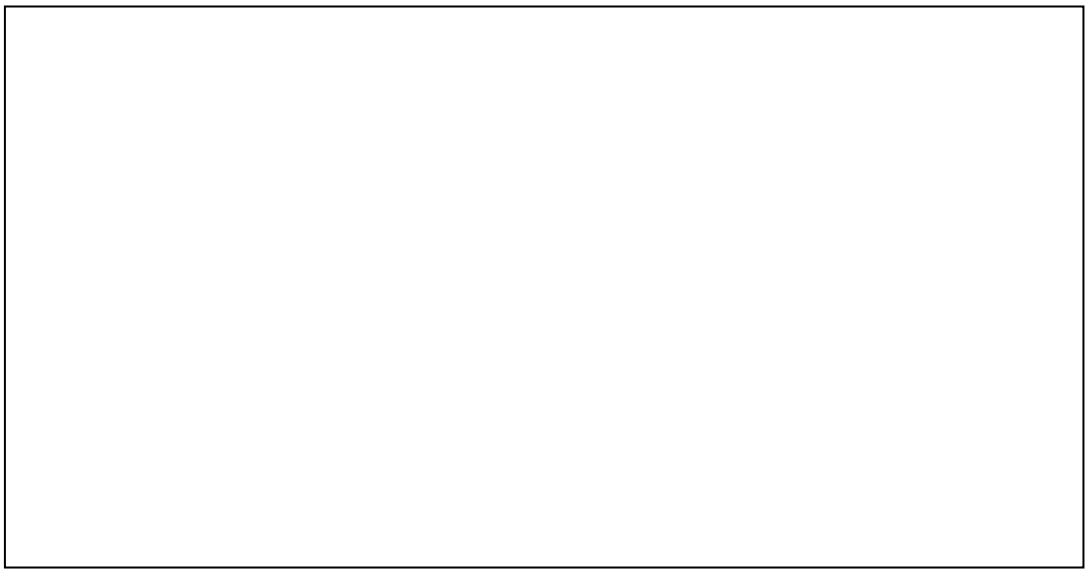
Tarea 9 colaboración y trabajo en equipo. Recuerda algún trabajo en equipo, en el que las personas estuvieran poco motivadas y vieras que el rendimiento era bajo: ¿Hiciste alguna cosa para solucionar la situación? ¿Cómo fue? En caso contrario, ¿Qué habrías hecho?

Tarea 10 colaboración y trabajo en equipo. Piensa en alguna ocasión en la que jugaras a un juego cooperativo (online, de mesa, al aire libre, etc.), con varias personas. Describe brevemente el contexto y responde a las siguientes preguntas: ¿Lograsteis cumplir vuestro objetivo y ganar? ¿Cuáles crees que fueron vuestros puntos fuertes? ¿Qué mejorarías?

Tarea 11 colaboración y trabajo en equipo. Intenta recordar alguna discusión sobre un tema polémico (religión, política, educación, etc.), que surgiera en algún grupo del que formaras parte (familia, amistades, universidad, instituto o cualquier otro ámbito). Describe brevemente el contexto y responde a las siguientes preguntas: ¿Interviniste? ¿De qué manera? En caso contrario, ¿de qué forma crees que podrías haber abordado la situación?

Tarea 12 colaboración y trabajo en equipo. Describe brevemente una situación en la que tuvieras que hacerte entender ante un equipo de trabajo, compuesto por personas diferentes a ti (por motivos de edad, profesión, cultura, ideología, forma de pensar, etc.). ¿Cómo abordaste las dificultades que podían tener para entender tu postura? ¿El resultado fue satisfactorio o te enfrentaste a algunas barreras que dificultaron el proceso?

Tarea 13 colaboración y trabajo en equipo. Piensa en alguna situación en la que se produjera un conflicto en un grupo del que tú formaras parte (instituto, universidad, familia, entorno laboral, etc.). ¿Hiciste algo para intentar resolver la situación? ¿Qué fue y qué resultado obtuviste? En el caso contrario, ¿cuál crees que habría sido la estrategia óptima?



5.3. Tareas taller *networking*

Tarea 1 *networking.* ¿Qué es para ti el *networking*?

Tarea 2 *networking.* ¿En qué nos favorece el *networking*?

Tarea 3 *networking.* Comparte tres puntos “fuertes” de tu forma de comunicar.

Tarea 4 ***networking.*** Comparte tres puntos “a mejorar” de tu manera de comunicar.

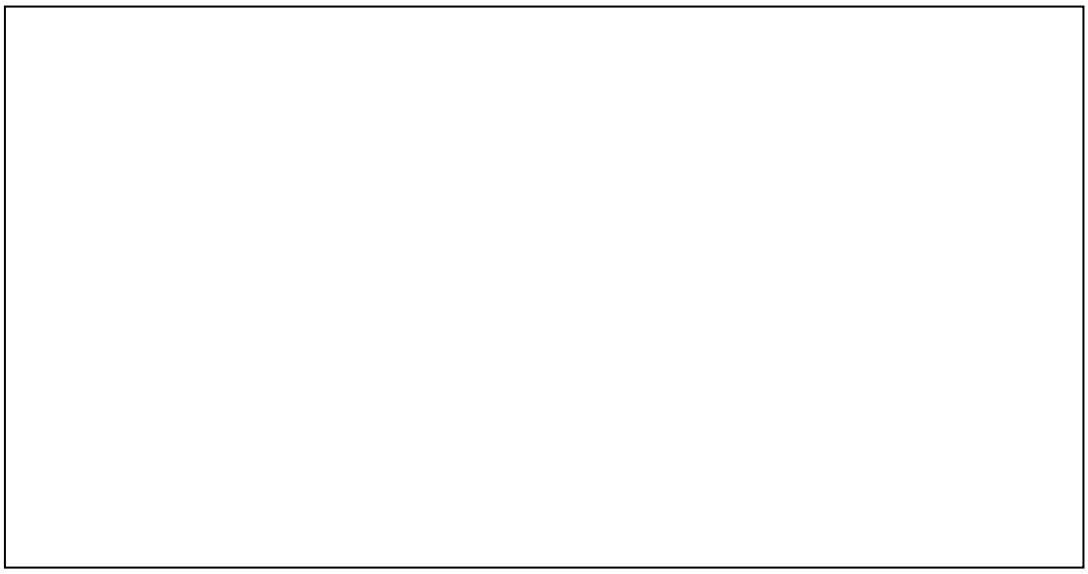
Tarea 5 ***networking*****.** ¿Realizas netwoking en alguna de sus modalidades?

Tarea 6 ***networking*****.** En conexión a la respuesta anterior, en caso de ser afirmativo, ¿Eras consciente de ello? y ¿En qué modalidad?

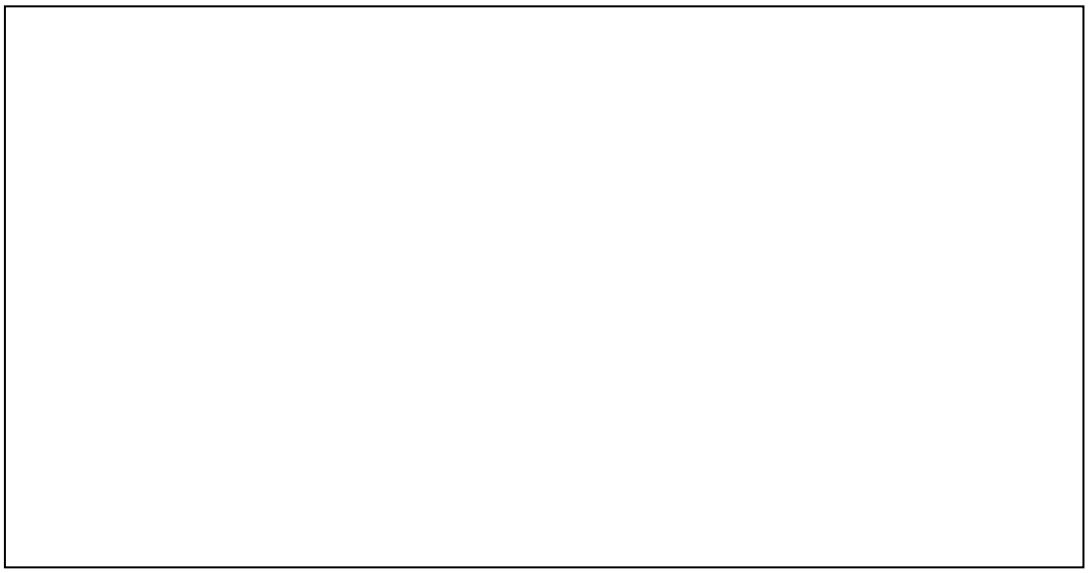
Tarea 7 ***networking.*** En conexión a la respuesta anterior, en caso de ser afirmativo, en caso de no hacerlo ¿Cómo vas a incorporar esta herramienta a tu vida?

Tarea 8 ***networking*****.** Expón 3 eventos concretos en los que podrías ampliar tu red de contactos profesionales.

Tarea 9 ***networking.*** Comparte el nombre de 4 empresas concretas conectadas con tus líneas de trabajo y explica por qué te interesan.



Tarea 10 ***networking.*** Comparte aquí tu perfil de LinkedIn y explica CUATRO acciones muy concretas a llevar a cabo para mejorar tu perfil de Linkedin.



Tarea 11 ***networking.*** ¿Conocías los eventos de networking que ofrece el Observatorio Ocupacional UMH? ¿Acudirías a alguno de ellos? ¿Qué crees que te podrían aportar? Concreta a cuál acudirías y por qué.

Tarea 12 ***networking.*** Comparte una acción diaria para cada día de una semana (total 7 ACCIONES CONCRETAS) con la que nutrirías tu red de contactos.

Tarea 13 *networking.* Redacta un *elevator pitch* en base a las siguientes directrices:Imagina que estás en un proceso de selección para la empresa de tus sueños y te encuentras con la directora de Recursos Humanos en el ascensor. Debes contestar a la siguiente pregunta ¿por qué deberían seleccionarte?

Tarea 14 *networking*. ¿Cómo incorporarías el networking en tu día a día? Comparte UNA PROPUESTA DE BUENA PRÁCTICA para incorporar el networking en tu vida contestando a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el objetivo de tu propuesta? ¿En qué contexto la aplicarías? ¿En qué consiste? ¿Cómo la aplicarías? ¿Cómo contagiarías a otr@s para que la aplicaran?

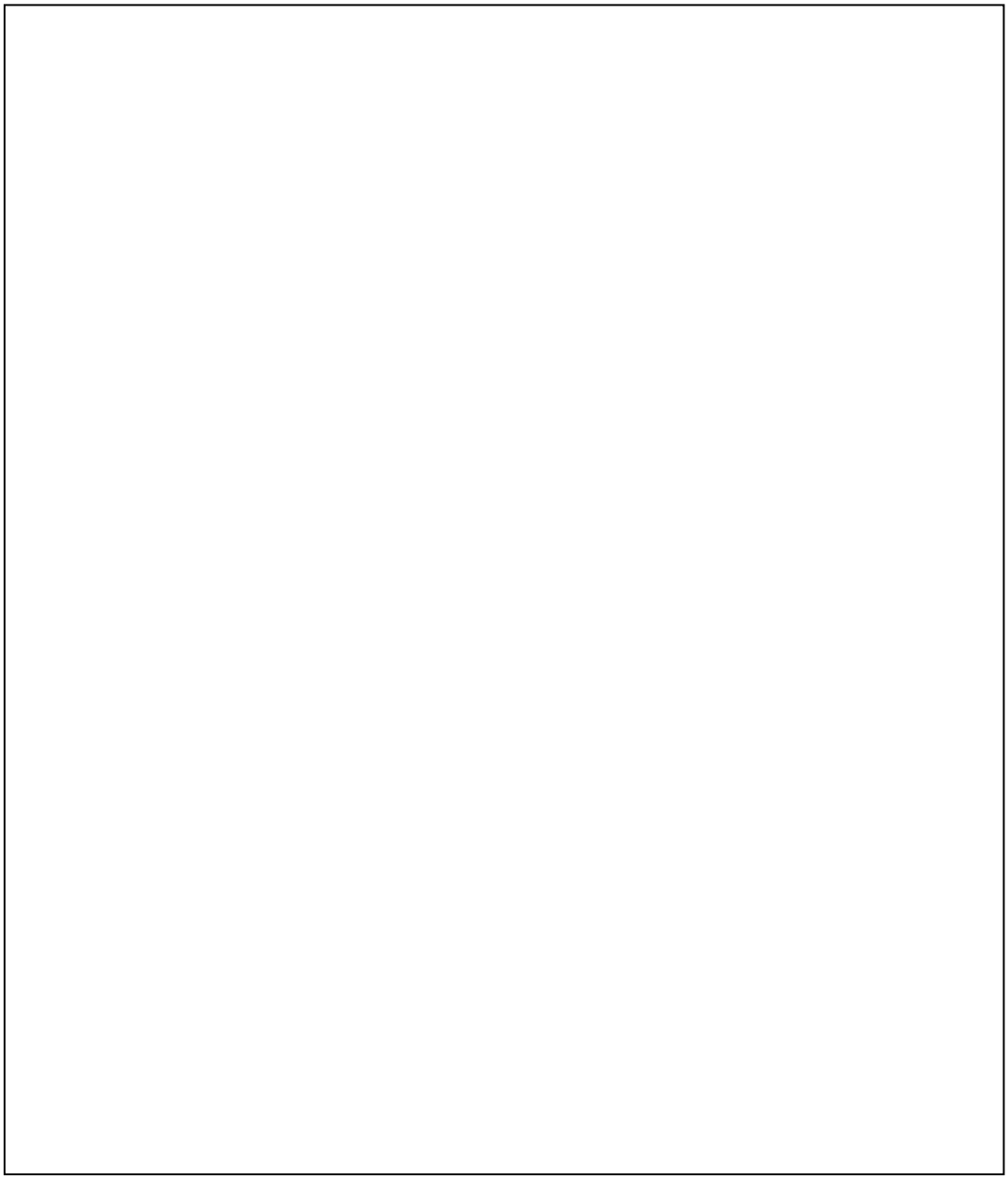
5.4. Tareas taller divulgación científica:

Tarea 1 divulgación científica. Elabora tu propio glosario de términos.

¿Serías capaz de explicar 5 conceptos, muy complejos para el público general, a modo de glosario?

-Deben ser conceptos de tu ámbito de especialización y además deben estar relacionados.

-Deben ser conceptos, a priori, complejos. Por lo tanto, el reto está en aportar una explicación genuina, clara, acompañada de un ejemplo ilustrativo (concepto + ejemplo)



Tarea 2 divulgación científica. ¿Qué relación tienen los conceptos de tu Glosario? Es decir, que tienen en común. Y ¿Por qué es importante explicar a la ciudadanía estos términos?

Tarea 3 divulgación científica. Pon en marcha tu creatividad para divulgar: Explica un fenómeno complejo a través de una historia, pero sin infantilizar.

Debe contar con una introducción (explicar la situación), un nudo (sucede algo) y un desenlace. En definitiva, debes ser capaz de divulgar sobre esta cuestión compleja relacionada con tu ámbito de estudio, a través de una historieta fácil de comprender.

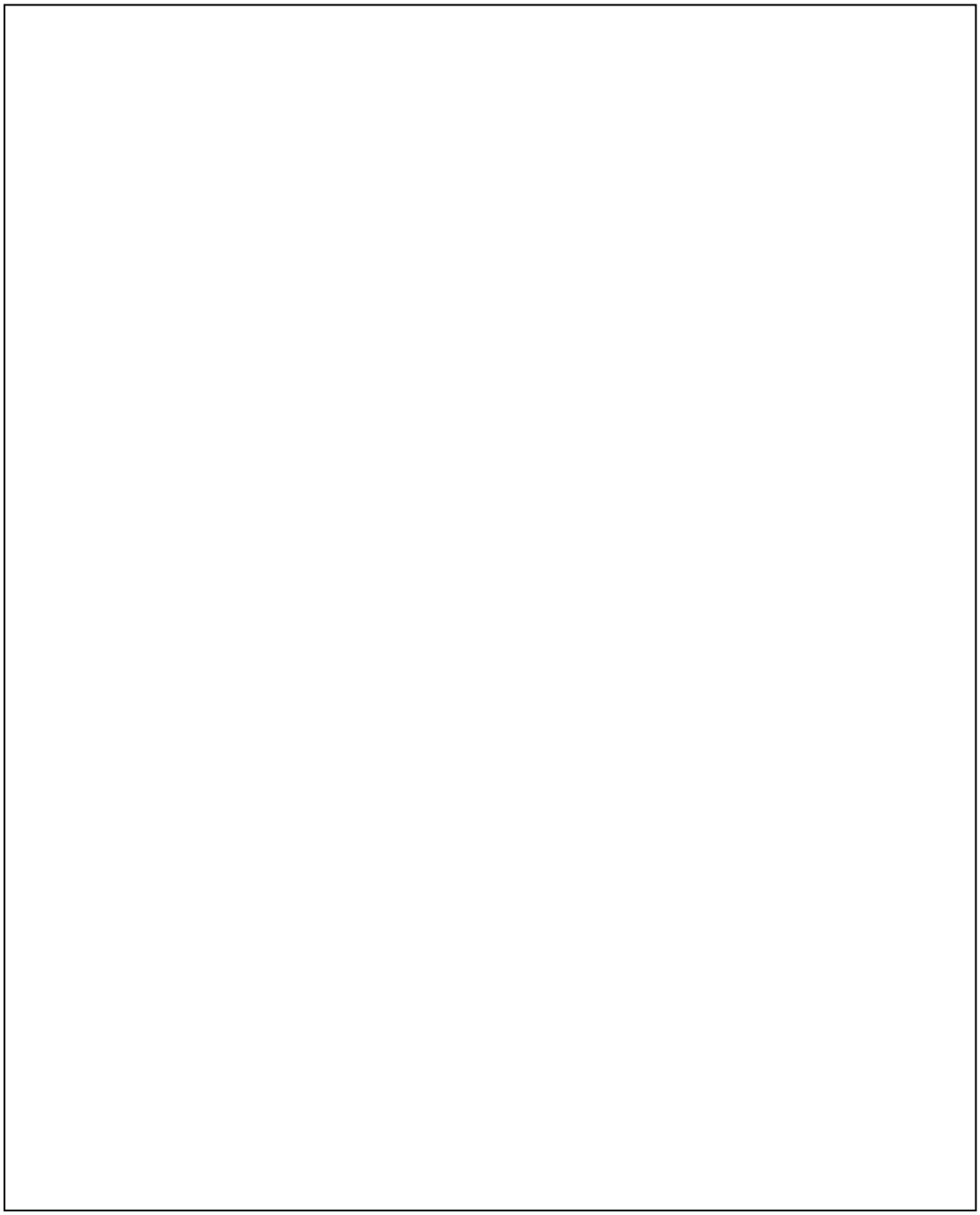
Tarea 4 divulgación científica. 3.Crea tus propios materiales para divulgar.

Imagina que, en el marco de un congreso de tu especialización, te seleccionan para explicar un fenómeno complejo a través de la técnica del póster. En el mismo debes responder: ¿De qué fenómeno se trata? ¿En qué consiste?

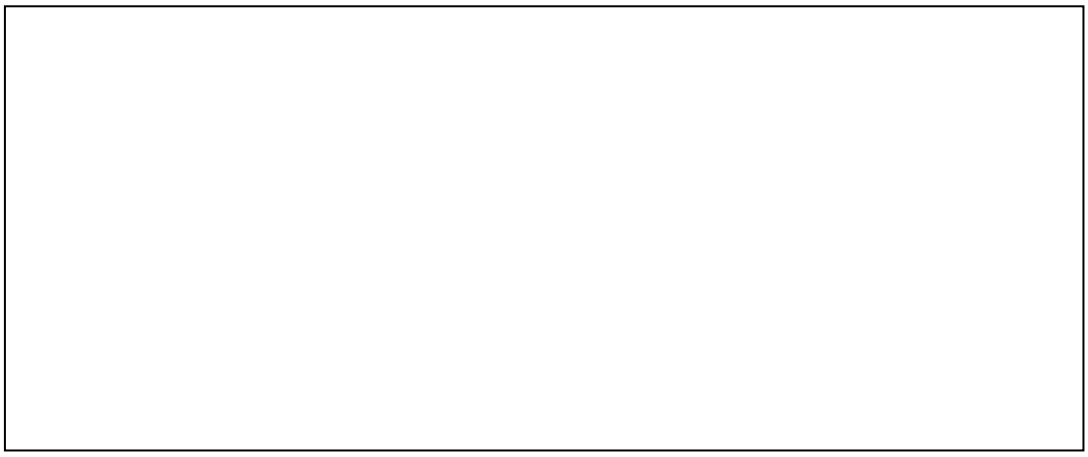
-Debes incluir datos concretos ilustrativos, referenciando las correspondientes fuentes. Además de citar a personas expertas.

-Puedes utilizar herramientas como Canva o similares.

MUY IMPORTANTE: La información que aparezca en el póster debe estar adecuadamente referenciada (autoría, publicación, año, páginas). Se puede optar por un apartado de bibliografía final o por referenciar cada información.



Tarea 5 divulgación científica. Conviértete en divulgado/divulgadora! Grábate explicando el contenido del póster. Visualiza tu propio vídeo y reflexiona sobre tu forma de divulgar.



5.5. Tareas taller pensamiento crítico

Tarea 1. ¿Qué es para ti el pensamiento crítico? La respuesta debe incorporar una reflexión crítica y personal, evitando aportaciones excesivamente generales.

Tarea 2. En conexión a la respuesta anterior, ¿Qué impacto tiene la falta de pensamiento crítico en nuestras vidas? y ¿Consideras que impacta -o impactará- en el ejercicio de tu profesión?

Tarea 3. Comparte el enlace de un discurso que consideres que coadyuva al fomento del pensamiento crítico y explica los motivos.

Tarea 4. Comparte un ejemplo de sesgo de percepción selectiva y explícalo.

Tarea 5. Explica un caso concreto de sesgo posdecisional.

Tarea 6. Comparte un ejemplo cotidiano de profecía autocumplida.

Tarea 7. Comparte un ejemplo cotidiano de sesgo de autoridad.

Tarea 8. Expón un ejemplo de *framing* -encuadre- utilizando 3 titulares diferentes ante un mismo hecho. Debes incorporar enlaces y una breve explicación.

Tarea 9. Imagina que eres docente -determina tú el curso o nivel-, y desde esta perspectiva, elabora una breve propuesta de concurso de *speech* (defensas individuales orales de 2 minutos aproximadamente) en conexión con un día conmemorativo. Importante: Expón claramente la frase objeto de reflexión.

EJEMPLO:

Propuesta de Concurso de *Speech*

Curso/nivel: 3º y 4º de la ESO.

Día Conmemorativo: Día Internacional de la Paz (21 de septiembre).

Frase objeto de Reflexión: ¿Si queremos defender la paz, es coherente que estemos preparados para la guerra?

Objetivo: Fomentar la reflexión crítica y la expresión oral sobre la cuestión objeto de debate. En un contexto global marcado por conflictos persistentes, desigualdades y crisis humanitarias, este día nos invita a cuestionar las estructuras que perpetúan la violencia y a buscar alternativas pacíficas. Y en todo caso se pretende que el alumnado reflexiones y configure su propio posicionamiento.

Formato: Discursos orales individuales de 2 minutos.

Tarea 10. Explica un ejemplo de falacia de fórmula mágica.

Tarea 12. Comparte un ejemplo de falacia *Post Hoc Ergo Propter Hoc.*

Tarea 13. Comenta un ejemplo de falacia del falso dilema o falsa disyuntiva.

Tarea 14. Comparte el enlace de una viñeta sobre un tema polémico de actualidad, y expón tu posición al respecto (incluir 3 argumentos claramente identificables).

Tarea 15. A modo de cierre, ¿Cómo serías embajador/a del pensamiento crítico en tu día a día?

Comparte una propuesta de buena práctica para el fomento del pensamiento crítico contestando a las siguientes preguntas ¿Cuál es el objetivo de tu propuesta? ¿En qué contexto la aplicarías? ¿En qué consiste? ¿Cómo la aplicarías? ¿Cómo contagiarías a otros para que la aplicaran?

5.6. Tareas taller diseño de la trayectoria profesional:

Tarea 1. Diseña tu CV en CANVA siguiendo las pautas indicadas en los materiales ¿En qué crees que ha mejorado tu CV?

Tarea 2. Completa tu CV del Observatorio Ocupacional UMH con todas tus actividades, formaciones y experiencias, en: universite.umh.es/observatorio (Mis datos y CV)

Tarea 3. Redacta tu Carta de presentación siguiendo las pautas indicadas en la formación.

Tarea 4. Crea tu perfil de LinkedIn, completa todos los apartados hasta alcanzar el nivel estelar y conecta con el máximo número de personas (incluye también a personas que conozcan tus contactos, y crea tu red).

Tarea 5. Selecciona 3 empresas de las que has incluido en tu búsqueda de empresas, y adapta tu CV y Carta de presentación para incluirlos en candidaturas ficticias para las empresas seleccionadas. Consiste en aunar los conocimientos adquiridos y ponerlos en práctica en su conjunto. Indica las 3 empresas a continuación:

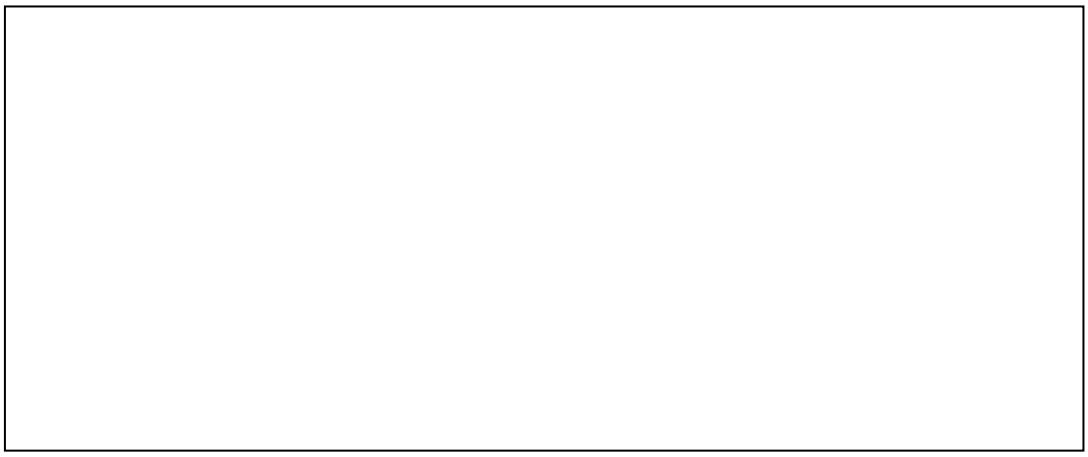
Tarea 6. Haz una búsqueda de empresas de un sector de tu interés a través de las bases de datos y demás recursos, escribe el nombre de la empresa, su nº CIF, su sector de actividad (CNAE), su dirección, su página web y/o teléfono, y nº de empleados en el último año (3 empresas de mayor interés).

Tarea 7. Adapta tu CV siguiendo las pautas indicadas para una de las empresas del sector seleccionado y redacta un mail de presentación para una autocandidatura.

Tarea 8. Redacta tu *elevator pitch* para incluirla en una red social, teniendo en cuenta las indicaciones dadas. Recuerda que es mini resumen de lo más destacado de tu currículum utilizando abreviaturas pero que se puedan comprender.

Tarea 9. Selecciona una empresa de tu búsqueda y redacta cómo y qué dirías en una llamada a la empresa para presentar tu autocandidatura.

Tarea 10. Prepárate la entrevista ficticia para alguna de la/las empresas seleccionadas, responde brevemente a las 5 preguntas que debes hacerte antes de ir a una entrevista; contesta brevemente a las posibles preguntas que puedan plantearte; y escribe un mail de agradecimiento.



6. FUENTES CONSULTADAS:

AEDRH (2020). *Informe EpyCE 2020, Especial COVID-19*. EAE.

Aguado, D., Arranz, V. & Valera, A. (2010). Desarrollo de la competencia transversal trabajo en equipo, mediante contenidos elearning: una ayuda para la inserción laboral. *Relada, 4 (2),* 104-111.

Arbalejo, N. (31 de enero de 2025). *"El uso de la inteligencia artificial revoluciona el márketing", El Mundo*.

Ariño, E., Ovejas, R. & Berasaluze, A. (2016). Construyendo profesionales a través del autoconocimiento dialogado, en Carbonero, D. Raya, E. Caparros, N. & Gimeno, C. *Respuestas transdisciplinares en una sociedad global. Aportaciones desde el Trabajo Social*. Logroño: Universidad de La Rioja.

Ayoví-Caicedo, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones. *FIPCAEC Revista de Fomento de la Investigación y Publicación en Ciencias Administrativas Económicas y Contables. 4 (10)*, 58-76. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i10.39

Báñez Tello, T. & Boixadòs, A. (2017). Conceptualización del autoconocimiento como competencia profesional básica del trabajo social. *Investigación e Innovación responsable.*

Barca, A., Peralbo, M. & Blanco, J. C. (2004). Atribuciones causales y enfoques de aprendizaje: la escala SIACEPA. *Psicothema, 16* (1), 94-103.

Barca-Lozano, A., Montes-Oca-Báez, G. & Moreta, Y. (2019). Motivación, enfoques de aprendizaje y rendimiento académico: impacto de metas académicas y atribuciones causales en estudiantes universitarios de educación de la República Dominicana. *Revista Caribeña de Investigación Educativa, 4* (1), 19-48.

Blanco, A. (2004). Relaciones entre la educación científica y la divulgación de la ciencia. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, *1*(2), 70-86.

Bolivar, A. (2000). Liderazgo y organizaciones que aprenden. En *III Congreso Internacional sobre Dirección de Centros Educativos* (459-471 pp.). ICE de la Universidad de Deusto.

Buitrago, R. E. & Sáenz, N. Y. (2021). Autoimagen, Autoconcepto y Autoestima, Perspectivas Emocionales para el Contexto Escolar. *Educación y ciencia, (25),* 1-18.

Cabero, J., Barroso, J., Llorente Mª. C. & Yanes, C. (2016). Redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación en educación: aprendizaje colaborativo, diferencia de género, edad y preferencias. *RED. Revista de Educación a Distancia*, *51*.

Canós-Darós. L., Guijarro, E., Santandreu-Mascarell, C. & Babiloni, E. (2019). Evaluación por pares y autoevaluación de la competencia transversal trabajo en equipo. *Journal of Management and Business Education, 2 (2),* 69-86. https://doi.org/10.35564/jmbe.2019.0008

Castro Díaz-Balart, F. (2000). *Ciencia, innovación y futuro*. Ediciones Grijalbo.

Chiang, M. & Rebolledo, R. (2020). Autoeficacia: sus efectos en la satisfacción laboral y compromiso organizacional. Caso funcionarios de la salud. *Salud de los trabajadores, 28* (2), 123-134.

Cifuentes Férez, P. & Meseguer Cutillas, P. (2015). Trabajo en equipo frente a trabajo individual: ventajas del aprendizaje cooperativo en el aula de traducción. *Tonos digital. Revista de estudios filológicos, 28.* https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/42877

Delgado, B., Martínez, M. C., Ramón, J. & Escortell, R. (2019). La autoeficacia académica y la inteligencia emocional como factores asociados al éxito académico de los estudiantes universitarios. Gestión de las personas y tecnología, (35), 46-60.

Dewey, J. (2007). *Cómo pensamos.* Madrid: Ediciones Morata.

Domingo, A. (2018). ¿Qué es el *networking*?. *Networking* (en línea). 10 de abril de 2018.

Elías, C. (2014). *Fundamentos de periodismo científico y divulgación mediática*. Alianza Editorial.

Escurra, M. & Delgado, A. (2008). Relación entre disposición hacia el pensamiento crítico y estilos de pensamiento en alumnos universitarios de Lima metropolitana, *Persona*, *11*, 143-175.

Espinosa Santos, V. (2010). Difusión y divulgación de la investigación científica, *IDESIA*, *3*, 5-6.

Fabregat, A., De la Puerta, J. & González, Y. (2020). *Debatir bien: una asignatura pendiente*. Editorial Alienta.

Fancione, P. (1990). *The California Criticual Thinking Skills Test-College Level.* California Academic Press.

Facione, P. (2000). *Test California de Destrezas en Pensamiento Crítico CCTST-2000,* versión española (traducido por Guisado, S. J), Insight Assessment.

Fernández, E. & Bermúdez, J. (2000). El pesimismo defensivo y el síndrome del impostor: análisis de sus componentes afectivos y cognitivos. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica 5* (2), 115-130.

Fidalgo Blanco, A., Conde, M. Á., Sein-Echaluce, M., & García-Peñalvo, F. J. (2014). Diseño y desarrollo de un sistema basado en *Learning Analytics* para evaluar la competencia de trabajo en equipo. *Sistemas y Tecnologías de Información: Actas de la 9ª Conferencia Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información, 1,* 1138-1143.

Figueiras, S. (2021). ¿Qué es el networking?, *CEUPE*, (en línea), 6 de agosto de 2021.

Fischhoff, B & Scheufele, D. (2013). The science of science communication. *Proc Natl Acad Sci USA* 110, 14033–14039.

Fischhoff, B. (2018). Evaluating science communication. *PNAS, 116*(16), 7670-7675.

Fisher, A., *Critical thinking: An introduction* (2da ed.). Cambridge University Press.

Fornet, M. (2018). *Feminismo terapéutico: psicología empoderadora para mujeres que buscan su propia voz*. Ediciones Urano.

Franco, A.R; Almeida, L. S. & Saiz, C. (2023). Pensamiento crítico: Reflexión sobre su lugar en la Enseñanza Superior, *Revista Educatio Siglo XXI*, 41(1), 81-96.

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) (2018). *IX Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología. Informe de resultados*. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (2023). *Balance de la situación,* Fundae.

García, J. (2015). El efecto Pigmalión y su efecto transformador a través de las expectativas. *Perspectivas docentes,* 57, 40-43.

García-Peñalvo, F., García-Holgado, A., & Cruz-Benito, J. (2013). *Proceedings of the TEEM'13 Track on Knowledge Society Related Projects,* Grupo GRIAL.

Gil, F., Alcover, C. M., Rico, R. & Sánchez-Manzanares, M. (2011). Nuevas formas de liderazgo en equipos de trabajo. *Papeles del psicólogo, 32 (1), 38-47.*

González Dávila, A. (2007). *Discurso y divulgación científica.* Editorial Buenos Aires.

Guerra-Báez, S. (2019). "Una revisión panorámica al entrenamiento de habilidades blandas en estudiantes universitarios". *Psicología Escolar y Educacional,* 23.

Gutiérrez, R. B. M. (2005). *El lenguaje de las ciencias*. Editorial Gredos.

Heath, Chip y Heath, Dan (2014), *Decídete*, Gestión 2000.

Hernán Ramírez Asís, E; Erikson Maguiña Palma, M & Toledo Quiñones, R.E. (2017). Habilidades de pensamiento crítico en estudiantes universitarios, en *La educación basada en competencias*, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, pp. 337-348.

Ibarra Sáiz, M. & Rodríguez Gómez, G. (2011). Aprendizaje autónomo y trabajo en equipo: reflexiones desde la competencia percibida por los estudiantes universitarios. *REIFOP, 14*(4)*,* 73-85.

Johdi Salleh, M. & Kazeem Kayode, B. (2014). An analysis of teacher´s perceptions towards teamwork. *Asian Journal of Management Research, 4*(3)*,* 516-526*.*

Kambourova, M., González-Agudelo, E. M. & Grisales-Franco, L. M. (2021). La autoevaluación del estudiante universitario: revisión de la literatura. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria, 33 (2),* 217-264.

Katie, B. & Mitchell, S. (2008). *Amar es lo que es*. Ediciones Urano.

Kocourek, R. 1991, *La langue française de la technique et de la science*, Brandstetter.

Lovell, S. (2019). *Pensamiento Crítico: La guía definitiva para mejorar sus habilidades de pensamiento crítico,* Independently Published.

Lozano, S. (2019). Cómo funciona el cerebro ¿Por qué decides lo que decides? Así afectan los sesgos cognitivos a nuestro pensamiento racional, *La Vanguardia*, 1 de septiembre de 2019.

Martínez Gómez, V., Escribá Pérez, C., Calafat Marzal, C., Martínez Gómez, M., Santamaría Navarro, C. & Villanueva Micó, R. (2019). Evaluación de la competencia transversal Pensamiento crítico en el GADE-UPV*, e*n *I Jornada de innovación en docencia universitaria para la dirección de organizaciones públicas y privadas Universitat Politècnica de València,* 5 de julio 2019**.** DOI: http://dx.doi.org/10.4995/JIDDO2019.2019.10171

Mendoza, P. (2016). *La investigación y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios*, Tesis doctoral, Universidad de Málaga.

Mendoza, P. L. (2015). *La investigación y el desarrollo de pensamiento crítico en estudiantes universitarios*. Universidad de Málaga.

Merayo, A. (2012). *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*. Editorial Tecnos.

Merino, E. & Lucas, S. (2016). La autoeficacia y la autorregulación como variables moderadoras del estrés laboral en docentes de educación primaria. *Universitas Psychologica, 15* (1), 205-218.

Moreno, M. (2017). Cipri Quintas, el ego es el principal enemigo del networking, *Trece Bits, redes sociales y tecnología* (en línea).

Muyor, J. M., Águila, C., Sicilia, A. & Orta, A. (2009). Análisis de la motivación autodeterminada en usuarios de centros deportivos. *Revista internacional de medicina y ciencias de la actividad física y del deporte, 9* (33), 67-80.

National Research Council (2017). *Communicating Science Effectively: A Research Agenda*, National Academy Press.

Navarro, M. (2009). Autoconocimiento y autoestima. *Revista digital para profesionales de la enseñanza,* (5), 1-9.

Nieto Carracedo, A. M.; Saiz Sánchez, C. & Orgaz Baz, B. (2009). Análisis de las propiedades psicométricas de la versión española del HCTAES-Test de Halpern para la evaluación del pensamiento crítico mediante situaciones cotidianas, *REMA, 14*(1), pp. 1-15.

Núñez López, S., Ávila-Palet, J., & Olivares-Olivares, S. (2018). El desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios por medio de aprendizaje basado en problemas, *Revista iberoamericana de educación superior*, *8*(23), pp. 84-103.

Observatorio de las Ocupaciones. (2023). *13 competencias claves para el empleo: cuestionario de autodiagnóstico de competencias personales.* Ministerio de Trabajo y Economía Social.

París Mañas, G., Mas Torelló, O. & Torrelles Nadal, C. (2016). La evaluación de la competencia "trabajo en equipo" de los estudiantes universitarios. *Revista d´Innovació Docent Universitària, 8,* 86-97. https://doi.org/10.1344/RIDU2016.8.10

Paulus, P. B., van der Zee, K. I. & Kenworthy J. B. (2019). Diversity and Group Creativity, en *The Oxford Handbook of Group Creativity and Innovation* (pp. 33-49). Oxford University Press.

Pelger, S. & Nilsson, P. (2016). Popular Science Writing to Support Students' Learning of Science and Scientific Literacy. *Res Sci Educ*, *46*, pp.439–456.

Pérez Suasnavas, A.L, & Cela Rosero, K. (2022). Validación de un cuestionario de evaluación de actitud y autopercepción del pensamiento crítico de estudiantes universitarios, *Revista San Gregorio*. http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i50.2064

Pinyol, E. (2023). Les dones en el sector digital, oportunitats, reptes i el síndrome de la impostora. *Consell Obert, (371),* 1-48.

Portela Pino, I, Domínguez Alonso, J. & Pino Juste, M. (2022). Propiedades psicométricas de la versión española del Teamwork Skills Questionnaire (TSQ). *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica, 1 (62),* 155.

Quaranta, N. (2019). La comunicación efectiva: un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo. *Revista Enfoques, 31 (1),* 21-46.

Ramos Vivas, J. (2021). *Manual de comunicación y divulgación científica*. Bernice Manuales. UNESCO Open Science.

Reynders, G., Lantz, J., Ruder, S., Stanford, C., & Cole, R. (2020). Rubrics to assess critical thinking and information processing in undergraduate STEM courses, *International Journal of STEM Education, 7*(1), 1-15, DOI: doi.org/10.1186/s40594-020-00208-5

Roca, D. (2017). *La divulgación científica en la Universidad desde su contextualización histórica: Estudio de caso y propuesta de un modelo de divulgación para la Universidad de Murcia*. Universidad de Murcia.

Ruiz. J. C. (2018). *El arte de pensar. Cómo los grandes filósofos pueden estimular nuestro pensamiento crítico*. Editorial Almuzara.

Salazar-Ayala, C. M. & Gastélum-Cuadras, G. (2020). Teoría de la autodeterminación en el contexto de educación física: Una revisión sistemática. *Retos,* (38), 838-844.

Samsó, R. (2014). Yo tengo razón, tú estás equivocado, *El País*, 17 de enero de 2014. https://elpais.com/elpais/2014/01/17/eps/1389963544_694044.html

Sánchez Fundora, Y. & Roque García, Y. (2011). La divulgación científica: una herramienta eficaz en centros de investigación, *Anales de investigación*, *7*, pp. 91-94.

Tacca, D. R., Cuarez, R. & Quispe, R. (2021). Habilidades sociales, Autoconcepto y Autoestima en Adolescentes Peruanos de Educación Secundaria. *International Journal of Sociology of Education, 9* (3), 293-324.

Tomas Bonavia, J., Molina G, & Puchol A. (2015). Validez estructural de un cuestionario para medir comportamientos eficaces en los equipos de trabajo. *Anales de psicología, 31*(2)*,* 667-676.

Torrelles, C., Coiduras, J., Isus, S., Carrera, F., París, G., et al. (2011). Competencia de trabajo en equipo: definición y categorización. *Revista de currículum y formación del profesorado, 15*(3)*,* 329-344.

UNESCO (s.f.). *Open Science.* https://www.unesco.org/en/open-science

Valle, A., González, R., Rodríguez, S, Piñeiro, I. & Suárez, J. M. (1999). *Revista Española de Pedagogía 57* (214), 525-545.

Valls Roig, A. (2008). El diseño de la propia estrategia profesional, *Acción Psicológica, 5*(1), 79-85.

Vicedo, A. (2002). Aspectos éticos de la divulgación de resultados científicos. *Revista Cubana de Educación Médica Superior, 16*(4).

VV.AA. (2023). *Informe: Identificación, validación y priorización de competencia blandas (Soft Skills) en el entorno socioeconómico y laboral actual.* Universitat Oberta de Catalunya.

VVAA. (2021). *Herramientas para la búsqueda de empleo, 4ª Guía para la orientación universitaria para la mejora de la empleabilidad UMH*. Universidad Miguel Hernández.

VVAA. (2022). *Desarrollo de la competencia Innovación en el estudiantado universitario*. Observatorio Ocupacional UMH.