

Nombre del módulo 3: Proceso de Consultoría

INTRODUCCIÓN

El modelo "Proceso de consultoría" mejorará los conocimientos y habilidades del Proveedor de Servicios de Orientación en materia de asesoramiento profesional y asesoramiento en general y les brindará herramientas y habilidades básicas para llevar a cabo los pasos del proceso de asesoramiento. Se proporcionará información general sobre la evaluación de los resultados del asesoramiento a corto y largo plazo. Como resultado, los PSO podrán estructurar el proceso y las sesiones de asesoramiento de acuerdo con los marcos propuestos, crear objetivos profesionales precisos con los usuarios y guiarlos a través del proceso de implementación.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTO

Describir los diferentes servicios de orientación. Resumir los principales conceptos de la orientación profesional. Interpretar carrera. Proceso de toma de decisiones. Pasos en el modelo de orientación profesional y habilidades de orientación. Evaluar el proceso de asesoramiento.

HABILIDADES

Establezca objetivos de asesoramiento y planifique actividades para diferentes usuarios. Guiar a los usuarios a través del proceso de toma de decisiones. Realizar diferentes habilidades de asesoramiento. Crear técnicas de evaluación del proceso de asesoramiento.

ACTITUDES

Sea flexible con diferentes tipos de estudiantes. Distinguir las responsabilidades del orientador/a y las responsabilidades del usuario en MSO. Tome la perspectiva del usuario. Acepte la importancia de establecer contactos con diferentes Proveedores de Servicios de Orientación (PSO).

COMPETENCIAS

Llevar a cabo el proceso de asesoramiento con los agricultores utilizando el modelo de asesoramiento de 5 pasos. Guiar a los agricultores a través del proceso de toma de decisiones. Identificar las necesidades de los agricultores utilizando habilidades de escucha activa y cuestionamiento.

ÍNDICE

1. Modelo de Servicio de Orientación (MSO) en el contexto más amplio de la Orientación Profesional	3
2. Modelo de Asesoramiento en Orientación Profesional y MSO	5
2.1. Modelo de toma de decisiones profesionales	5
2.2. Pasos en el proceso de asesoramiento	6
2.3. Establecer objetivos profesionales	10
2.4. Modelo de Comunicación General: Ventana Johari	11
2.5. Responsabilidades de los usuarios y PSO	13
3. Habilidades de asesoramiento	14
3.1. Escucha activa	14
3.2. Habilidades para cuestionar	15
3.3. Comunicación no verbal	dieciséis
3.4. Empatía y Metaposición	17
4. Detalles específicos del trabajo con personas desempleadas y estudiantes/alumnos	19
5. Evaluación del proceso de asesoramiento	21
6. Ejemplo de estudio de caso:	22
7. Referencias/Enlaces	23
8. Conclusión	24

Abreviaturas, acrónimos

MSO	Modelo de servicio de orientación
PSO	Proveedor de servicios de orientación

1. Modelo de Servicio de Orientación (MSO) en el contexto más amplio de la Orientación Profesional

"Una mente que se ve forzada por nuevas experiencias nunca puede volver a sus antiguas dimensiones". (Oliver Wendell Holmes, hijo)

El Modelo de Servicio de Orientación (MSO) en el ámbito de la Agricultura Multifuncional (AM) forma parte de un Sistema de Orientación Profesional más amplio. La orientación profesional se refiere a una variedad de actividades que permiten a personas de cualquier edad y en cualquier momento de sus vidas identificar sus capacidades, competencias e intereses, tomar decisiones educativas y ocupacionales significativas y alcanzar sus objetivos profesionales.

Los usuarios tradicionales de los servicios de orientación profesional son alumnos, estudiantes y desempleados, y los servicios se prestaban principalmente en escuelas y servicios de empleo. A medida que el mercado laboral se vuelve más diverso y complejo, con muchas más oportunidades para alumnos, estudiantes, desempleados, solicitantes de empleo y empresarios, aumenta la necesidad de servicios de orientación profesional.

Los servicios de orientación incluyen información sobre las posibilidades de la educación en todos los niveles, desde la educación secundaria hasta la educación de adultos; información sobre posibilidades de empleo; iniciar o desarrollar su propio negocio; becas; incentivos financieros del mercado laboral; incentivos para emprendedores; Solicitudes de fondos de la UE; apoyo técnico y de asesoramiento en la gestión de un negocio, etc.

Existen tres grandes grupos de servicios de orientación profesional, según la complejidad y necesidades de los usuarios:

- informar
- apoyo individual en la toma de decisiones
- apoyo individual para lograr objetivos

Proporcionar información es un servicio básico en el asesoramiento profesional. Para los usuarios que conocen sus objetivos, capacidades y otros recursos, obtener la información correcta podría ser suficiente. Por ejemplo, información sobre las oportunidades de educación en algún campo específico de la agricultura, sobre diferentes apoyos financieros para los agricultores o posibilidades de comercialización o promoción de productos. La información se puede proporcionar a través de una conversación con el orientador, a través de una presentación para

un grupo de personas o mediante documentos escritos (en papel o digitales). La información a través de materiales escritos puede organizarse como autoservicios o servicios electrónicos.

Durante el apoyo individual en la toma de decisiones, el orientador/a guía a los usuarios para que tomen sus propias elecciones, decisiones, objetivos y conclusiones profesionales. Requiere más habilidades del orientador/a que la información misma. Por ejemplo, el PSO puede ayudar al usuario a decidir qué rumbo tomar, qué cultivo cultivar en su finca o qué estrategia de marketing seguir.

El apoyo individual en el logro de objetivos implica más de una sesión de asesoramiento en la que el orientador/a guía al usuario a través de los pasos para alcanzar sus objetivos profesionales. El orientador/a es similar a un mentor que guía al usuario en la realización de su decisión. Por ejemplo, los PSO pueden ayudar a los usuarios durante el proceso de inscripción en alguna capacitación o guiarlos a través del proceso de elaboración de un plan de negocios.

Preguntas para la reflexión: ¿Cuáles de los servicios que brinda su institución son servicios de orientación? ¿Qué servicios de orientación ofrece habitualmente a sus usuarios?

2. Modelo de Asesoramiento en Orientación Profesional y MSO

2.1. Modelo de toma de decisiones profesionales

"La mejor manera de predecir el futuro es crearlo". (Abraham Lincoln)

Introducción: ¿Cómo cuestionas/definis las necesidades de tus usuarios? ¿Qué preguntas haces? ¿Comprueba si su comprensión del problema o las necesidades del usuario es correcta? ¿Cómo lo compruebas? ¿Hubo situaciones en las que su comprensión inicial de las necesidades de los usuarios no fue correcta? ¿Cuáles podrían ser las principales razones del malentendido?

Hay tres grupos principales de información que los usuarios deben tener para tomar decisiones profesionales de calidad:

1. Información sobre las oportunidades educativas: tipo de educación o formación, instituciones, nivel de educación, becas, precios, condiciones de inscripción, duración, oportunidades profesionales después de terminar la educación, reuniones de negocios, ferias, conferencias, etc.
2. Información sobre oportunidades de empleo o autoempleo: principales empleadores en el rubro, competencias que requieren los empleadores, demanda en el mercado laboral (nacional e internacional), posibilidades de autoempleo, fuentes de financiamiento y licitaciones vigentes.
3. Información sobre ellos mismos: sus capacidades, características personales, habilidades, conocimientos, valores, objetivos, apoyo social, etc.

Las decisiones profesionales de calidad deben ser realistas y alcanzables y conducir al empleo o a una mayor educación. Cuando el usuario tiene toda la información, puede valorar las alternativas y tomar decisiones profesionales. Una buena elección de carrera es aquella que se adapta a las capacidades, características, objetivos y valores del usuario, una que el usuario tiene los recursos para implementar o una para la que el usuario tiene oportunidades educativas.

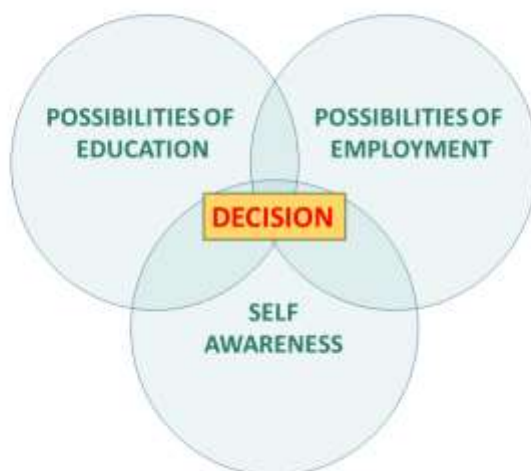


Figura 1. Modelo de toma de decisiones de carrera (Inglés). Fuente: autor

2.2. Pasos en el proceso de asesoramiento

MODELO BÁSICO DE CONSEJERÍA DE 3 PASOS (MODELO DE EGAN)

El modelo de asesoramiento de tres pasos de Egan establece un marco básico para la mayoría de situaciones de asesoramiento o coaching. Alienta a los usuarios a involucrar sus recursos internos para abordar un problema, a asumir más responsabilidad para resolverlo y a tener la sensación de que la decisión es suya. Esto aumenta la motivación para participar en la elaboración e implementación de un plan de acción.

Pasos en el modelo de Egan:

1. EXPLORACIÓN (DEFINICIÓN DEL PROBLEMA): ¿Qué está pasando? ¿Cuál es el problema del usuario?
2. DESAFÍO (ESTABLECER METAS): ¿Qué quiere hacer en su lugar? ¿Cuáles son las posibles soluciones?
3. PLANIFICACIÓN: ¿Cómo conseguirá el usuario lo que quiere o necesita? ¿Cómo logrará el objetivo?



Figura 2. Modelo de Egan (Inglés). Fuente: <https://www.oreilly.com/library/view/the-little-book/9781292200644/html/chapter-039.html>

CICLO DE TOMA DE DECISIONES DE CASVE

El Ciclo CASVE describe los cinco pasos en el proceso de toma de decisiones profesionales. Ayuda al orientador/a a estructurar el proceso de asesoramiento y a mantenerse centrado en los temas. Estos pasos son:

1. Comunicación: identificar el problema, la insatisfacción o la falta de conocimiento (por ejemplo, necesito mejorar mis habilidades, no sé dónde continuar mi educación, no sé cómo iniciar mi propio negocio, necesito recursos financieros para desarrollar mi idea de negocio, necesito ayuda para cultivar el huerto que heredé, quiero cultivar biológicamente, necesito ayuda, etc.)
2. Análisis: pensar en alternativas y posibles soluciones; recopilar información sobre todas las oportunidades del usuario (educativas, financieras, espaciales, tecnológicas, sociales); conocer mejor las propias capacidades; animar al usuario a recopilar información adicional sobre diferentes alternativas
3. Síntesis: generar alternativas probables, reducir las alternativas a un conjunto manejable de opciones, explorar las posibilidades de alternativas adicionales que surjan durante el proceso.
4. Valoración: priorizar alternativas, valorar el costo y los beneficios de cada alternativa y establecer objetivos.

5. Ejecución: elaborar un plan sobre cómo implementar la elección principal; implementando la elección

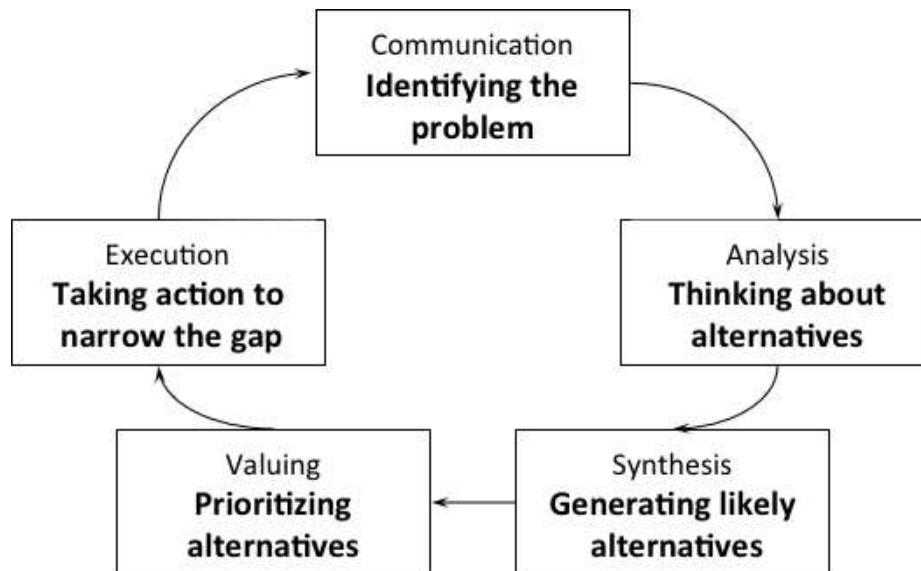


Figura 3. Ciclo CASVE en Orientación. Fuente: Ciclo CASVE de orientación profesional posterior (inglés)(Sampson, Peterson, Lenz y Reardon,1992).

https://www.researchgate.net/figure/CASVE-cycle-of-career-counseling-after-Sampson-Peterson-Lenz-Reardon-1992_fig1_337240464

EXPLICACIÓN DE LAS ETAPAS DEL CICLO DE CASVE

1. COMUNICACIÓN: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA (CONVERSACIÓN INICIAL)

La conversación inicial es crucial para desarrollar una relación mutua de confianza y obtener claridad tanto para los asesores como para los usuarios. Uno de los propósitos del contacto inicial es examinar las necesidades y motivaciones del usuario. Conocer las necesidades del usuario es un requisito previo del proceso de asesoramiento.

Posibles preguntas:

- Preguntas iniciales: ¿Cuál es el motivo principal por el que acude a terapia? ¿Cómo esperas que pueda ayudarte? ¿Cómo imaginas una solución ideal?
- Preguntas sobre educación previa, intereses profesionales, ambiciones, valores, conocimientos, habilidades, oportunidades agrícolas y oportunidades financieras: ¿Cuál es

su educación formal? ¿Qué cursos y formación has realizado hasta ahora? ¿Cuáles fueron los beneficios para usted? ¿Cómo decidiste inscribirte en esos cursos? ¿Cuál es tu experiencia laboral? ¿Qué habilidades desarrolló en su puesto de trabajo actual o anterior? ¿Cuánto esfuerzo, dinero y tiempo estás dispuesto a invertir para lograr tus objetivos?

Al escuchar activamente, el orientador/a comprueba si entendió correctamente al usuario y, al resumir, pasa al siguiente tema de la conversación.

2. ANÁLISIS: PENSAR EN ALTERNATIVAS Y SOLUCIONES

En esta etapa de análisis, el orientador incentiva al usuario a explorar diferentes alternativas. El orientador/a también brinda información sobre diferentes oportunidades según su conocimiento experto. Posibles preguntas:

- ¿Qué opciones/alternativas ves por ti mismo? ¿Qué hiciste al respecto hasta ahora? ¿Cuáles fueron los resultados? ¿Qué más puedes hacer? ¿Quién o qué puede ayudarte?

3. SÍNTESIS: GENERAR ALTERNATIVAS POSIBLES

En esta etapa de síntesis, el orientador/a guía al usuario para acotar las alternativas en las posibles metas y explorar algunas alternativas adicionales. Posibles preguntas:

- ¿Qué más puedes hacer? ¿Quién puede ayudarte? ¿Existe alguna otra posibilidad?
- Identifique hasta tres alternativas que le parezcan manejables.

4. VALORAR: PRIORIZAR ALTERNATIVAS Y ESTABLECER METAS

El asesor ayuda al usuario a identificar la alternativa más adecuada. Es importante identificar puntos ciegos y obstáculos que puedan obstaculizar el logro de objetivos en determinadas alternativas. La atención se centra en lo que es realista y relevante. El resultado de esta etapa es la claridad sobre los objetivos profesionales. Preguntas típicas:

- ¿Cómo ve el costo y los beneficios de cada alternativa? ¿Cuáles son los costos y beneficios para usted, su familia y su comunidad? ¿De qué costos estás dispuesto a asumir la responsabilidad en este momento? ¿Qué información adicional necesita sobre las alternativas?
- ¿Qué obstáculos espera para lograr su objetivo en diferentes escenarios? ¿Cómo puedes prevalecer sobre ellos? ¿Quién o qué puede ayudar? ¿Cómo puedes convertir tus obstáculos

en ventajas? ¿Qué recursos adicionales tienes (personales, sociales, técnicos, etc.)? ¿Cómo sabrás que alcanzaste tu meta, cuáles serán los indicadores?

- ¿Qué alternativa/solución es más factible para usted? ¿Cuál es más relevante para sus objetivos y necesidades a largo plazo? ¿Cuál es el más realista?

5. EJECUCIÓN: HACER PLAN

El plan debe incluir plazos, otras personas si es necesario y recursos para lograr los objetivos. Además del objetivo a largo plazo, también deben definirse objetivos a medio y corto plazo. Las metas a mediano y corto plazo son actividades que el usuario debe realizar para lograr el objetivo principal o de largo plazo. Contribuyen a la motivación del usuario, a la sensación de tener el control del proceso y a la percepción de que los objetivos son alcanzables. Posibles preguntas:

- ¿Qué necesita hacer para implementar la solución/alcanzar el objetivo? ¿Cuál es la mejor estrategia? ¿Cuáles son las tareas clave que debe realizar para alcanzar los objetivos? ¿Cuáles son las prioridades? ¿Cuáles son los objetivos a corto y mediano plazo? ¿Qué harías primero? ¿Cuáles son los hitos para alcanzar los objetivos? ¿Qué harías hoy?

Ejemplo de plan de carrera: Para abril de 2024. Abriré la mini quesería utilizando la leche de nuestra finca. Para ello necesito hacer un curso sobre emprendimiento en la Cámara de Economía de Croacia en noviembre, solicitar incentivos financieros en el CES en diciembre y examinar las posibilidades de utilizar fondos de la UE en el Ministerio de Agricultura antes de fin de año.



Figura 4. Plan de actividades de carrera (Inglés). Fuente, autor

2.3. Establecer objetivos profesionales

"Si no sabes adónde vas, probablemente terminarás en otro lugar". (Lawrence J. Pedro)

Un objetivo bien definido aumenta la motivación, da un sentido de dirección y ayuda a centrarse en las prioridades. Hay cinco reglas para establecer objetivos adecuados. Los objetivos definidos por estas reglas se denominan objetivos INTELIGENTES. Para aumentar las posibilidades de alcanzarlos, los objetivos SMART tienen que ser:

- **Específico.** Los objetivos deben ser específicos, claros y simples. Responde a la pregunta: ¿Qué quieres lograr? Por ejemplo, "Me inscribiré en el curso de seis meses sobre agricultura ecológica en la Open University" en lugar de "Quiero mejorar mis conocimientos en agricultura ecológica".
- **Mensurable.** El objetivo tiene que ser mensurable para poder monitorear el progreso. Por ejemplo, "Quiero aumentar la producción de manzanas en un 20%" en lugar de "Quiero aumentar la producción de manzanas".
- **Realizable.** El usuario debe tener todos los recursos para lograr el objetivo: tiempo, dinero, recursos técnicos, datos necesarios, ayuda adicional si es necesaria, habilidades, etc.
- **Importante.** Los objetivos relevantes están alineados con los objetivos y valores a largo plazo del usuario. Ejemplo de preguntas que ayudan a fijar una meta relevante: "¿Cómo te ayudará lograr esta meta? ¿Lograr este objetivo contribuye a sus objetivos más amplios?"
- **Limitados en el tiempo.** La meta con plazos determinados tiene plazos y una fecha de inicio y finalización. Todas las metas deben tener plazos, a largo, mediano y corto plazo, para aumentar la motivación y mantener el enfoque en la tarea.

Ejemplo: Inscribirse en el curso de agricultura ecológica en diciembre para ampliar el cultivo de hortalizas.

Reflexión: Escriba un objetivo profesional para uno de sus usuarios utilizando reglas SMART.

2.4. Modelo de Comunicación General: Ventana Johari

La ventana Johari es un modelo de comunicación que ayuda al orientador/a a comprender mejor los procesos conscientes e inconscientes en la conversación con el usuario. Se puede aplicar a todo tipo de situaciones además del asesoramiento: trabajo, escuela, familia, amigos, etc. Según el

modelo, se pueden o no intercambiar cuatro tipos de información entre dos personas en comunicación:

- El área abierta (arena) contiene información que tanto la persona como los demás conocen. Para una comunicación eficiente, es importante que ambas personas compartan la misma información. Cuanto mayor sea esta área, más exitosa será la comunicación.
- El punto ciego contiene información sobre mí que otros conocen, pero yo no. Podría ser un gran obstáculo en la comunicación, por ejemplo, cuando no entendemos el comportamiento de los demás porque no sabemos qué lo causó. Se puede reducir buscando comentarios de otras personas y estando abierto a recibir comentarios.
- El área oculta contiene información que conocemos nosotros, pero otros no. Se trata de información que nos sentimos incómodos compartiendo con otras personas, principalmente debido a miedos o inseguridades (pensamientos, sentimientos, ideas, experiencias pasadas, etc.). La información del área oculta debe trasladarse al área abierta (arena).
- El área desconocida contiene información que usted y los demás desconocen. Conduce a malentendidos en la comunicación en los que las personas no se entienden entre sí. Al establecer una buena relación con el usuario, aumentamos la posibilidad de comunicación abierta y reducimos el área desconocida.

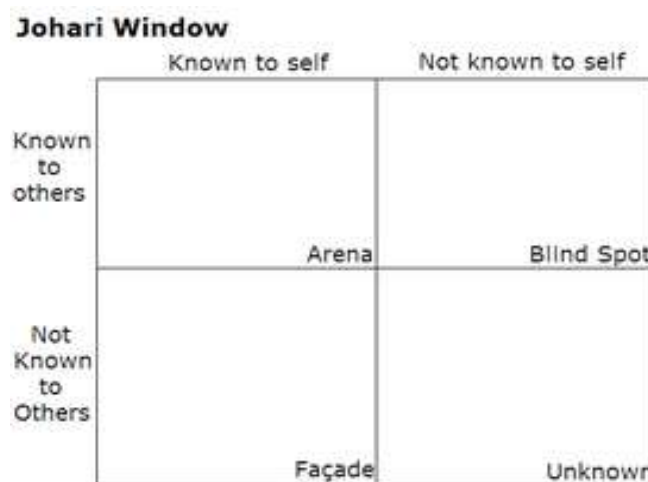


Figura 5. Ventana de Johari (inglés). Fuente https://en.wikipedia.org/wiki/Johari_window

El orientador debe ser consciente de que los usuarios pueden tener información en las cuatro áreas. El asesoramiento tiene como objetivo aumentar el área de la arena abierta disminuyendo el área oculta, desconocida y los puntos ciegos. El orientador ayuda al usuario a tomar conciencia

de la información que se encuentra en su punto ciego (por ejemplo, habilidades, oportunidades, talentos y recursos) y lo alienta a compartir toda la información que es importante para establecer e implementar metas (por ejemplo, planes, sueños, ideas, intereses, etc.).

Preguntas para la reflexión: ¿Qué información suelen guardar tus usuarios en sus zonas ciegas, ocultas o desconocidas? ¿Cómo los llevas a la arena abierta? ¿Qué información solía estar en tu punto ciego o, en algunas ocasiones, todavía lo está?

2.5. Responsabilidades de los usuarios y PSO

Introducción: piense en sus usuarios y las decisiones que toman. ¿Cuáles fueron sus responsabilidades en el proceso como orientador? ¿Cuáles eran las responsabilidades de los usuarios?

ORIENTADOR

- Conocimientos profesionales
- Conociendo mis límites y límites
- el aprendizaje permanente
- disponibilidad
- objetividad
- habilidades personales
- confidencialidad

USUARIO

- responsabilidad por la decisión
- responsabilidad de la implementación
- viniendo a consejería
- honestidad y apertura

Saber cuál es la mejor solución para el usuario es un proceso mutuo. La orientación no consiste en decirle al usuario qué hacer. Se trata de explorar opciones y ayudar a los usuarios a tomar sus propias decisiones.

3. Habilidades de asesoramiento

3.1. Escucha activa

“La mayoría de la gente no escucha con la intención de comprender; escuchan con la intención de responder”. (Stephen Covey)

La escucha activa es una de las habilidades más importantes en el asesoramiento. La escucha activa se refiere a un esfuerzo consciente por comprender completamente lo que dice el usuario y comprender la situación desde el punto de vista del usuario. Al escuchar activamente, mostramos interés y respeto y creamos una relación de confianza y apoyo. Es importante reconocer cuando realmente no estamos escuchando. Realmente no estamos escuchando cuando:

- **Estamos pensando en qué decir a continuación.**
- **Nos estamos comparando con la otra persona.**
- **Nos centramos en dar consejos.**
- **Tenemos una actitud negativa hacia la otra persona.**
- **cuando siempre estamos de acuerdo y tratamos de ser educados.**
- **cuando intentamos calmar al usuario**
- **cuando estamos juzgando**
- **cuando estamos esperando una pausa para empezar a hablar.**
- **cuando intentamos defendernos.**
- **cuando buscamos un significado oculto.**

A diferencia de la escucha pasiva, la escucha activa implica:

- hacer preguntas para aclarar las ambigüedades
- resumir
- mantener contacto visual
- empatizar
- dar señales no verbales de escucha
- parafrasear
- mostrar interés en el usuario
- reflexión
- tolerancia a las pausas al hablar;

Parafrasear se refiere a comprobar si el orientador/a entendió correctamente al usuario repitiendo o resumiendo lo que el usuario ha dicho en sus propias palabras. Por ejemplo:

- Si te entendí bien, dijiste...

- Según he oído, necesitas...
- Entonces, te interesa... ¿Es así?
- ¿Eso significa que estás pensando en...?

Reflexionar se refiere a dar retroalimentación (reflejar) sobre los sentimientos o creencias que notamos mientras escuchamos al usuario. Por ejemplo:

- Me parece que te preocupa que...
- Entiendo que no estás satisfecho con...
- Mi impresión es que tus creencias son... ¿Estoy en lo cierto?
- Noto que disfrutas la idea de...

Pregunta para la reflexión: ¿Qué obstáculos a la escucha notas en ti mismo?

3.2. Habilidades para cuestionar

Las habilidades para hacer preguntas son las habilidades para formular las preguntas correctas en el momento adecuado. Al hacer preguntas, el orientador/a estimula al usuario a pensar, aprender, evaluar, tomar perspectiva, reflexionar y comunicarse, lo que ayuda a aclarar la percepción de la situación. Al hacer preguntas específicas, podemos guiar el proceso de asesoramiento en una dirección determinada, pasar a un tema diferente o avanzar hacia el final de la sesión. Las habilidades para hacer preguntas son especialmente importantes para los usuarios de asesoramiento que no son tan elocuentes. Hay dos tipos principales de preguntas: preguntas abiertas y cerradas.

1. Las PREGUNTAS CERRADAS son preguntas a las que el usuario puede responder simplemente “sí” o “no”, o una que tiene solo una respuesta correcta. Esas preguntas “cierran” la conversación porque no alientan al usuario a expresar sus opiniones, pensamientos, sentimientos o ideas. Por otro lado, son útiles cuando queremos cerrar el tema, pasar a otro tema, volver al tema u obtener alguna información específica. Ejemplos de preguntas cerradas son:

- Eres...
- Vas a...
- Quieres...
- Es eso...

2. Las PREGUNTAS ABIERTAS son aquellas que requieren una respuesta más amplia. Al hacer preguntas abiertas, el orientador/a “abre” la comunicación y anima a la persona a hablar sobre

el tema o sus necesidades, pensamientos, sentimientos e ideas y fomenta el pensamiento crítico.

Ejemplos de preguntas abiertas son:

- Qué piensa usted acerca de...?
- ¿Cómo...?
- ¿Cuál es tu experiencia...?
- ¿Qué pasará como resultado de...?
- Cuales son las opciones...
- ¿Qué te llevó a...?
- ¿Qué esperas de...?
- Qué harías si...
- ¿Qué te ayudaría a...?

PREGUNTAS QUE NO SE RECOMIENDAN:

1. PREGUNTAS DE “POR QUÉ” Son preguntas que comienzan con un “por qué” y pueden bloquear la conversación porque, en nuestra cultura, pueden percibirse como un ataque. Como resultado, la persona puede retirarse o defenderse. En lugar de "por qué", podemos usar "cómo" o "qué" o simplemente pedir motivación, exploración, etc. Los usuarios suelen percibir las preguntas de "cómo" como una invitación a explorar.

2. PREGUNTAS MÚLTIPLES son preguntas que tienen más de una pregunta en una oración. Suelen causar confusión y disminuir la calidad de la información que el orientador/a obtiene de los usuarios.

3.3. Comunicación no verbal

La comunicación no verbal es la comunicación a través de mensajes que no se expresan con palabras. Es todo lo que una persona ve (expresión facial, postura corporal, contacto visual, sonrisa, ropa, gestos, posición o movimiento de las manos, etc.), oye (tono de voz, volumen, inflexión, tono, pausas al hablar, énfasis diferentes palabras), o sentidos sobre el otro (olfato, distancia espacial, tacto).

A través de la comunicación no verbal solemos transmitir nuestros sentimientos y actitudes hacia la otra persona o sobre el tema de conversación. Según distintos autores, del 55% al 95% de la información durante la conversación se comunica a través de la comunicación no verbal, y sólo una parte menor de la información se comunica mediante las palabras o lo que se dice. Hacer coincidir los mensajes verbales y no verbales es crucial para una buena comunicación.

La comunicación no verbal no suele estar bajo el control consciente ni del receptor ni del emisor. Es imposible controlarlo todo el tiempo, pero en situaciones en las que experimentamos algún malestar, hacerlo consciente puede marcar una gran diferencia en cómo nos entendemos. Prestar

atención a las señales no verbales del usuario ayuda al orientador/a a detectar sentimientos y actitudes hacia el sujeto (por ejemplo, si el orientador/a está introduciendo alguna alternativa y el usuario de repente frunce el ceño). El orientador/a siempre debe consultar con el usuario para ver si su conclusión basada en señales no verbales es correcta. Eso permite al orientador/a cuestionar aún más los pensamientos del usuario sobre el problema o las alternativas. Los signos no verbales también son esenciales para dar la primera impresión que sienta las bases de futuras relaciones con el usuario (por ejemplo, confianza y apertura).

Preguntas para la reflexión: Piensa en alguno de tus usuarios que haya despertado en ti sentimientos fuertes, agradables o desagradables. ¿Cómo se comunica él o ella de forma no verbal? ¿Cómo podría esto influir en la relación entre el orientador/a y el usuario? ¿Cómo le mostrarías de forma no verbal a tu usuario que comprendes su situación? ¿Qué impacto tiene eso en el proceso de asesoramiento?

3.4. Empatía y Metaposición

La empatía en el asesoramiento es la capacidad del orientador/a para ver el problema, las alternativas y la situación desde el punto de vista del usuario. La empatía consiste en percibir el mundo desde el marco de referencia del usuario y mostrarle que comprende esa posición. La empatía permite al usuario explorar sus propias metas, obstáculos y sueños más profundamente porque siente que cuenta con apoyo para hacerlo. Como resultado, puede fijar metas que le convienen mejor y tiene más motivación para alcanzarlas.

El propio marco de referencia del orientador/a y sus prejuicios y actitudes (positivas o negativas) pueden ser obstáculos para sentir o mostrar comprensión y empatía. Lo que puede ayudar son técnicas de posicionamiento perceptivo o metaposiciones. La metaposición en consejería es la posición simbólica en la que el orientador/a adopta el punto de vista imaginario del observador del proceso, no del participante. Está bien hacer una pausa en la conversación y decir, por ejemplo: "Dame un momento para pensar en la situación". También contribuye a la percepción de que el orientador/a está genuinamente interesado en el caso del usuario.

Ejemplos de casos:

Ejemplo 1: El usuario (50 años) tiene 1 ha que quiere utilizar para plantar un huerto de higueras. Su objetivo es utilizar las frutas tanto en estado fresco como secas para poder ampliar su oferta a los turistas durante todo el año en su agroturismo familiar. También está interesado en solicitar fondos de la UE, como lo ha hecho con éxito en el pasado. Busca ayuda sobre cómo preparar

adecuadamente el suelo, dónde encontrar material vegetal certificado y recomendaciones sobre qué variedades debe plantar.

Ejemplo 2: El usuario es un joven agricultor (25 años) que ha heredado un terreno con olivos centenarios. Necesita asesoramiento sobre la regeneración de los árboles y sobre el control de plagas y enfermedades, ya que quiere cultivar biológicamente. Ella está interesada en plantar más especies para aumentar la biodiversidad dentro de su huerto, por lo que necesita recomendaciones al respecto. Altamente motivada por continuar con la tradición familiar de producción de aceite de oliva, también muestra interés en realizar formación profesional en poda, cultivo sustentable y procesamiento.

Ejemplo 3: El usuario se gradúa de una escuela secundaria agrícola. Su familia tiene tierras que podría utilizar para empezar a cultivar. A su familia no le gusta la agricultura. Quiere empezar a cultivar en cuanto termine el bachillerato, pero también está pensando en continuar sus estudios en la universidad. No está seguro de qué hacer.

Ejemplo 4: El usuario es una persona desempleada (40 años) que ha perdido recientemente su empleo. Trabajaba como contable y ahora quiere emprender una nueva carrera profesional en la agricultura. Ya no tiene previsto trabajar en su ocupación anterior. Tiene pocos conocimientos de agricultura; No tiene suficiente terreno, pero tiene algunos ahorros para invertir y mucha motivación.

Tarea: ¿Cómo abordarías cada uno de estos casos? ¿Qué soluciones ve para estos usuarios?

4. Detalles específicos del trabajo con personas desempleadas y estudiantes/alumnos

PERSONAS DESEMPLEADAS

Introducción: Escriba algunas palabras que usted o la sociedad en general asocien con las personas desempleadas. ¿Cómo pueden esas palabras o actitudes impactar el proceso de consejería? ¿Qué pueden decirle esas palabras sobre los desafíos que enfrentan los desempleados?

La pérdida del empleo es, para la mayoría de las personas, un acontecimiento vital estresante y el desempleo puede provocar un deterioro de la salud física y mental. Algunas de las consecuencias psicológicas del desempleo pueden ser: ansiedad, depresión, tensión, falta de autoestima y confianza en uno mismo, falta de contacto social, sentimientos de impotencia y desesperanza, y cambios en la ética y los valores laborales.

Los desempleados son un grupo muy heterogéneo, especialmente los desempleados de larga duración: personas mayores, personas que buscan empleo por primera vez, personas con diferentes desafíos físicos o mentales, personas no calificadas o no calificadas, inmigrantes, mujeres que ingresan al mercado laboral con brechas de experiencia laboral, personas con ocupaciones excedentes, etc. También hay una gran diferencia en cómo el desempleo influirá en las diferentes personas. Hay muchos factores que afectan la relación entre el desempleo y las consecuencias psicológicas: duración del desempleo, edad, género, importancia personal del rol profesional, desempleo local, apoyo social, causa percibida del desempleo, apoyo financiero, apoyo local para los desempleados, etc.

El orientador/a puede ayudar a las personas desempleadas a cambiar su perspectiva y adoptar una percepción más adaptable y positiva del mercado laboral y de su posición en el mercado laboral. Debido a la falta de ingresos, la información sobre incentivos financieros puede ser vital a la hora de tomar decisiones profesionales. Es importante alentar y estimular a los desempleados para que exploren activamente nuevas posibilidades y motivarlos a participar en diferentes tipos de educación de adultos, así como a asumir la responsabilidad de su desarrollo profesional.

ESTUDIANTES Y ALUMNOS

Los alumnos son estudiantes que en general se caracterizan por una falta de experiencia laboral. Tienen conocimientos prácticos pero a menudo carecen de habilidades. Para los jóvenes, lo más

importante es obtener suficiente información sobre el mercado laboral y las posibilidades de educación y formación.

La información sobre el mercado laboral debe incluir datos sobre descripciones de diferentes ocupaciones, lugares de trabajo, condiciones de trabajo, posibilidades de mayor capacitación y avance en ciertas ocupaciones profesionales, principales empleadores a nivel local, nacional o internacional, y posibilidades de empleo y autoempleo. Existen diferentes métodos para educar a los alumnos sobre el mercado laboral: visitar empresas, hablar con los empleadores, organizar presentaciones de los empleadores en las escuelas, ferias profesionales y hablar con expertos en diferentes ocupaciones.

La información sobre las posibilidades de educación debe incluir datos sobre escuelas secundarias y universidades, programas, accesibilidad del sistema educativo, sistema de educación de adultos, cursos y capacitación, condiciones de inscripción, becas, etc.

Además de la información sobre el mercado laboral y la educación, es importante que los jóvenes desarrollen su autoconciencia porque no tienen experiencia laboral previa sobre la que puedan reflexionar. Los orientador/as profesionales pueden ayudarlos a conocer sus capacidades, intereses, valores, objetivos profesionales, condiciones de salud que pueden influir en el desempeño laboral, rasgos personales, etc. Esto se puede lograr mediante el uso de diferentes cuestionarios y entrevistas, involucrándolos en la práctica profesional, siendo voluntarios y reflexionar sobre pasatiempos y actividades en las que son buenos.

5. Evaluación del proceso de asesoramiento

Introducción: ¿Cómo sabes que tus servicios de orientación o asesoramiento son exitosos? ¿Cuáles son los indicadores de su éxito?

Al evaluar los servicios de orientación, recopilamos información sobre su efecto en los usuarios.

El tema de evaluación puede ser:

- proceso de asesoramiento
- Resultados del asesoramiento (evaluación del impacto del asesoramiento en el usuario, seguimiento del progreso del usuario en el logro de sus objetivos).

Antes de la evaluación, es importante establecer los criterios de éxito. El criterio tiene que ser relevante respecto al objetivo del servicio de orientación, claro y mensurable. Los criterios generales suelen ser:

- satisfacción del usuario (autoevaluación)
- Nivel de consecución de los objetivos de los usuarios (autoevaluación, valoración, criterios objetivos).

Existen diferentes procedimientos de evaluación: búsqueda de feedback durante o al final de la sesión, valoración, cuestionarios, escalas y seguimiento longitudinal del éxito educativo y profesional de los usuarios. La evaluación puede ser realizada por el orientador/a o por un experto imparcial.

Para evaluar el proceso podemos utilizar preguntas como: ¿Qué tan satisfecho está con el asesoramiento del 1 al 10? ¿Qué tan útil es la información que obtienes? ¿Recomendarías asesoramiento a tu amigo?

Para mejorar los servicios de orientación, es importante monitorear los resultados a largo plazo del proceso: ¿se inscribió el usuario en la capacitación o educación recomendada?, ¿cuáles son los resultados de la educación?, ¿encontró el usuario el trabajo y qué tan satisfecho estaba? ¿Recibió el usuario los incentivos financieros que planeaba solicitar? El seguimiento de los resultados a largo plazo nos brinda información relevante para la reflexión sobre aspectos más amplios de nuestra práctica de orientación.

Pregunta para la reflexión: ¿Qué puedes hacer para mejorar la evaluación de tus servicios de orientación?

6. Ejemplo de estudio de caso:

Un usuario quiere plantar un huerto frutal e iniciar un negocio de producción y procesamiento de frutas. Expresa su deseo de ser asesorado por un asesor agrícola experto que pueda satisfacer sus necesidades. La primera fase consiste en una reunión presencial donde se mencionan los principales hechos (el lugar o zona de plantación, el estado del suelo, las ideas y deseos del usuario sobre los productos finales, etc.).

Tras los análisis preliminares (como análisis de suelos y estudio de las condiciones climáticas de la zona, etc.), se entrega la primera propuesta que consta de las principales recomendaciones sobre especies frutales, variedades, fertilización, riego, preparación del cultivo. terreno, distancia de siembra, etc., e incluyendo el plan general de negocios/financiero y proyecciones del proyecto para los próximos 10 años. Este documento se basa en la opinión de expertos pero está elaborado con la idea de tener en cuenta la perspectiva del usuario tanto como sea posible.

En este punto, el usuario puede continuar con el apoyo de asesoramiento o puede continuar solo. Al avanzar con el apoyo, la ayuda continúa durante toda la implementación del proyecto, donde los contactos relevantes, como la empresa encargada de la preparación del terreno, el vivero del material vegetal o el proveedor de riego, son contactados directamente por el orientador/a. El trabajo está supervisado y organizado por el orientador/a.

El asesor puede, según los deseos del usuario, organizar o recomendar formación según las necesidades del usuario.

Finalmente, se elabora el plan general de actividades para los próximos 10 años, y el usuario puede decidir si el asesor lo seguirá en los próximos pasos de producción, en particular cuando enfrente diferentes problemas como plagas y enfermedades inesperadas, acontecimientos climáticos, etc.

7. Referencias/Enlaces

1. Red Europea de Políticas de Orientación Permanente (2014). La base de evidencia sobre la orientación permanente: una guía de hallazgos clave para políticas y prácticas efectivas.
2. Red Europea de Políticas de Orientación Permanente (2015). Desarrollo de políticas de orientación permanente: glosario.
3. El convertidor de carrera, <https://careerconverter.weebly.com/how-do-i-make-a-career-decision.html>
4. El tutor de Consejería, <https://counsellingtutor.com/the-skilled-helper-approach/>
5. Universidad de California; <https://www.ucop.edu/local-human-resources/your-career/performance-management/how-to-write-smart-goals-2018.pdf>

8. Conclusión

La consultoría es un proceso bien estructurado de comunicación entre dos personas. El modelo de Egan y el ciclo CASVE proporcionan un marco para guiar al usuario hacia el logro de sus objetivos. Los principales pasos de la consultoría son identificar el problema, pensar en alternativas, generar alternativas probables, priorizar alternativas y tomar medidas para reducir la brecha. Herramientas adicionales para guiar al usuario son el marco de comunicación de Johari y los objetivos SMART. Las principales habilidades de asesoramiento son la escucha activa, la capacidad de cuestionar, la comunicación no verbal, las metaposiciones y la empatía. Para monitorear el efecto del asesoramiento en las decisiones de los usuarios, se recomienda encarecidamente desarrollar un sistema de evaluación del proceso de asesoramiento.