

in-head

E-book para profesionales y personas que quieres mejorar su relación con el trabajo.



¿Llegó la hora de cambiar?

Vamos hacerlo de la mejor manera



Viviendo el momento

Probablemente descargaste este e-book porque estás viviendo el momento.

¿Cuál momento ?

Aquel que sabemos que puede llegar pero preferimos no pensar en ello, ese momento que nos va a traer cambios, traerá una exploración de sentimientos de estos van a sacar lo mejor de nosotros si nos acompañamos bien pero también pueden sacar lo peor de nosotros si permitimos que suceda.

Tu momento puede ser una etapa de desempleo o una etapa de miedo al querer dejar tu empleo actual y no saber que rumbo tomar. También sin ser tan extremos podemos hablar de un momento de cambio laboral o transición de carrera, en cualquiera de estos es necesario prepararnos y asesorarnos tal como lo hacemos para otras situaciones en la vida. Debemos ser conscientes de lo que somos, personas con sentimientos, que muchas veces nos enfrentamos en la vida a situaciones para las cuales no venimos con un manual debajo del brazo, probablemente traemos algo de experiencia propia, experiencia cercana pero aún así somos personas que podemos compartir, asesorarnos y evolucionar con otras personas.

Y es precisamente la palabra con la que terminamos nuestro último párrafo con la que empezamos nuestro programa in-head para profesionales, **las personas**.

Según WIKIPEDIA

Persona : ser dotado de razón, consciente de sí mismo y poseedor de una identidad propia, su significado puede tratarse desde diferentes perspectivas.

Dicho lo anterior

El concepto de «personalidad» proviene del término «persona», denominación que se utilizaba en el latín clásico para la máscara que portaban los actores de teatro en la antigüedad.

Entonces

Personalidad : La personalidad es un constructo psicológico. Se refiere al conjunto de las características psíquicas de una persona que determinan su manera de actuar ante circunstancias particulares. El concepto engloba el patrón de comportamientos, actitudes, pensamientos, sentimientos y repertorio conductual que caracteriza a una persona. Tiene una cierta persistencia y estabilidad a lo largo de su vida, de tal modo que las manifestaciones de ese patrón en las diferentes situaciones poseen algún grado de predictibilidad.

Entendiendo los conceptos anteriores podemos concluir que cada individuo afrontará las situaciones de una forma diferente, tanto emocionalmente como en su ejecución, metodología, expectativas del resultado esperado y conocimiento. Por ésta razón en in-head nos enfocamos en las personas, nuestra metodología esta diseñada para llevar un proceso acompañado que garantiza la implementación de una teoría practica y efectiva.

Afrontar el momento del desempleo requiere tener una conciencia clara, disposición corporal, mental y emocional. Una vez preparados nosotros seremos el motor y centro de gestión de nuestro siguiente paso en la vida.

En in-head primero la persona y sus objetivos. (si no los tienes claros acá vamos a sensibilizarlos y a desarrollarlos). Después de esto vamos por un plan!!

¿Qué es un plan?

Es un conjunto de acciones que se implementan como consecuencia del desarrollo de varias o una estrategia para alcanzar un objetivo o resolver un problema específico.

A lo largo del programa de in-head desarrollamos y ejecutamos un plan que nos lleva a reducir entre el 30% y el 40% los tiempos de una reubicación laboral o búsqueda de un nuevo empleo, este podría ser uno de los objetivos o problemas a solucionar aunque podemos tener una lista de objetivos y problemas a solucionar adicionales a nuestro enunciado principal, tales como :

- Trabajar en una ciudad diferente a la actual.
- Tener un trabajo afín a mis preferencias y valores.
- Encontrar un trabajo que me permita tener un balance entre la vida personal y la vida laboral.
- Aumentar mis ingresos.
- Cambiar de industria.
- Tener un trabajo de medio tiempo.
- Encontrar la cultura corporativa afín a mis preferencias.

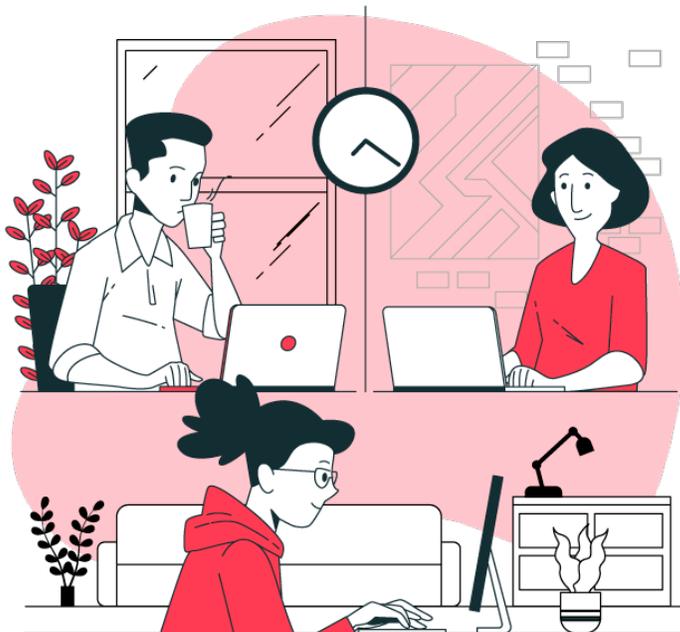
La lista puede ser muy larga teniendo en cuenta la evolución hacia la equidad de la relación laboral que se empieza a desarrollar en los últimos años, donde se pierde un poco el concepto de subordinación por presión o estructura y se valoran las preferencias del colaborador.

En cambio la estrategia para cumplir con los objetivos trazados podría ser :

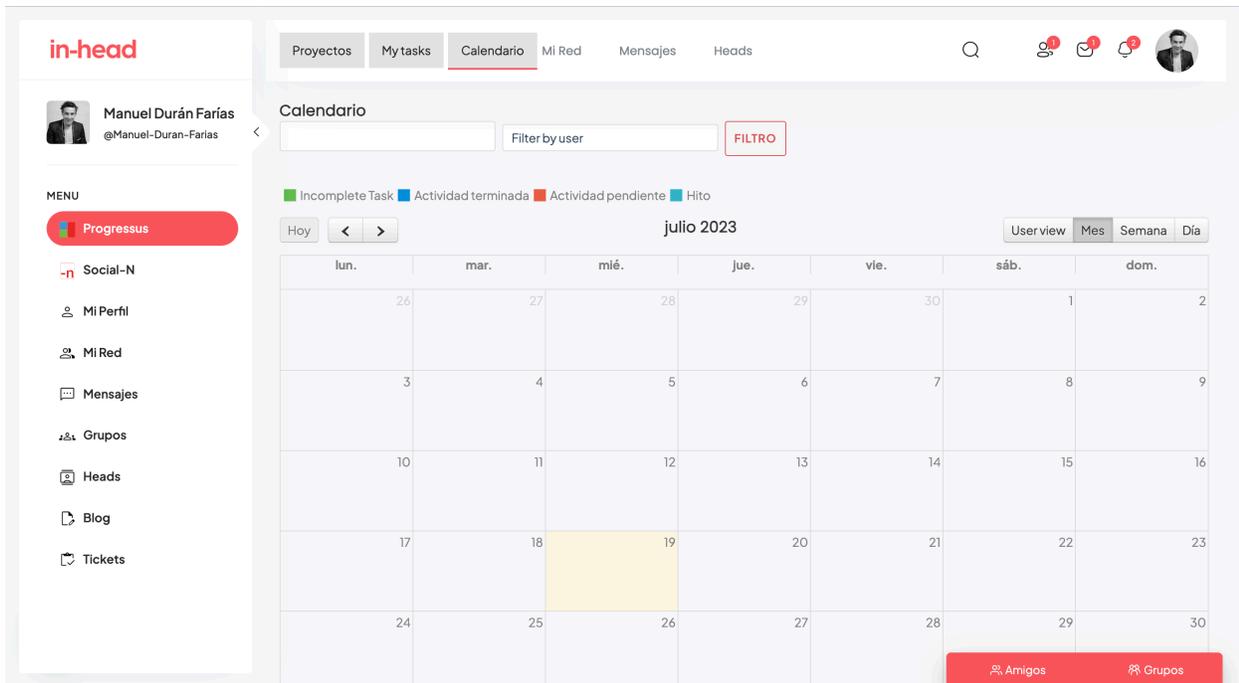
- Aplicar a todo lo que vea dentro de mis preferencias de búsqueda.
- Desarrollar un plan de tareas de 8 horas a semana para cumplir con el fin.
- Buscar ayuda de profesionales.
- Gestionar contactos por LinkedIn
- Hacer networking con mi red de contactos.

Las actividades en este orden:

- Para aplicar a lo que vea, actualizar los perfiles digitales y tener listo mi CV.
- Hacer una lista de las tareas principales de búsqueda de trabajo.
- Hacer la lista de consultoras, analizar y comparar con una lista de criterios.
- Para gestionar los contactos por LinkedIn actualizar mi perfil y ver si pagamos la versión premium.
- Para hacer el Networking empezar por la lista de contactos desde un orden cronológico que me ayude a tener presentes esos contactos que pueden fluir bien en el proceso.



Todas estas tareas las vamos desarrollando en nuestra plataforma Progressus especialmente creada para este fin.



Un plan generalmente incluye una serie de pasos o etapas que se deben seguir de manera secuencial o simultánea, dependiendo de la naturaleza del objetivo. Además, puede contener plazos, recursos necesarios, responsables y criterios de evaluación para medir el progreso y el éxito.

Los planes pueden ser cortos o largos plazo, simples o complejos, y su nivel de detalle puede variar según la situación, para nuestro caso lo desarrollaremos lo más corto, práctico y fácil de implementar.

El objetivo principal de nuestro plan es proporcionar una guía clara y organizada para lograr una reubicación rápida, acertada, ayudando a minimizar la incertidumbre, el desgaste emocional y maximizar las posibilidades de éxito. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los planes pueden ser sujetos a cambios y adaptaciones a medida que se van desarrollando, ya que las circunstancias pueden evolucionar y requerir ajustes en la estrategia original, para esto estaremos disponibles y rodeados de nuestro equipo de trabajo.

Lo bueno y positivo de in-head es que al igual que los temas al inicio de este e-book, varios contenidos desarrollados en el programa funcionan perfecto para varias situaciones de la vida.

El poder de los grupos

Uno de los sentimientos negativos que se pueden llegar a experimentar al perder el vínculo laboral es la pérdida del sentido de pertenencia, esta termina siendo una experiencia emocional en la que una persona se siente desconectada o alienada de su entorno social, comunidad o grupo al que solía pertenecer.

Es tan importante que la encontramos en la lista de la pirámide de Maslow.

La pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas, es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra Una teoría sobre la motivación humana (en inglés, A Theory of Human Motivation) de 1943, que posteriormente amplió. Obtuvo una importante notoriedad, no solo en el campo de la psicología sino en el ámbito empresarial, del marketing y la publicidad. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide). Fuente Wikipedia .



Es precisamente en el número 3 donde nuestra metodología inicia su trabajo, hacemos a nuestros asistentes al programa parte de algo social, de un movimiento con objetivos, con roles y asignaciones que los llevarán a cumplir sus objetivos.

Enfocamos nuestra marca y metodología en este punto, nos gustaría llegar a evitar ese momento cuando alguien pierde el sentido de pertenencia que puede experimentar sentimientos de soledad, aislamiento, tristeza, ansiedad e incluso depresión. El sentido de pertenencia es una necesidad básica en los seres humanos, ya que nos brinda una sensación de identidad, apoyo social, conexión y seguridad emocional.

Más allá de centrarnos en el número tres (Necesidades Sociales) entendemos que el trabajo o el rol laboral abarca la pirámide completa y nunca dejaremos de ser personas con necesidades y sentimientos que requieren manejo además de un plan de acción para salir de ellas.



Algunos consejos importantes que nos pueden ayudar :

Identifica tus intereses y pasiones: Participa en actividades que te gusten y te hagan sentir conectado con otras personas que comparten esos intereses. Únete a clubes, organizaciones o grupos comunitarios relacionados con tus pasiones.

Cultiva nuevas relaciones: Busca oportunidades para conocer gente nueva y ampliar tu círculo social. Puedes asistir a eventos locales, participar en actividades de voluntariado o tomar clases donde puedas interactuar con otras personas.

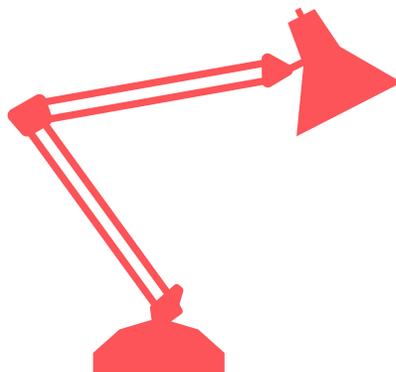
Comunícate: Expresa tus sentimientos de soledad y aislamiento a personas de confianza, como amigos cercanos o familiares. La apertura y la vulnerabilidad pueden llevar a una mayor comprensión y apoyo.

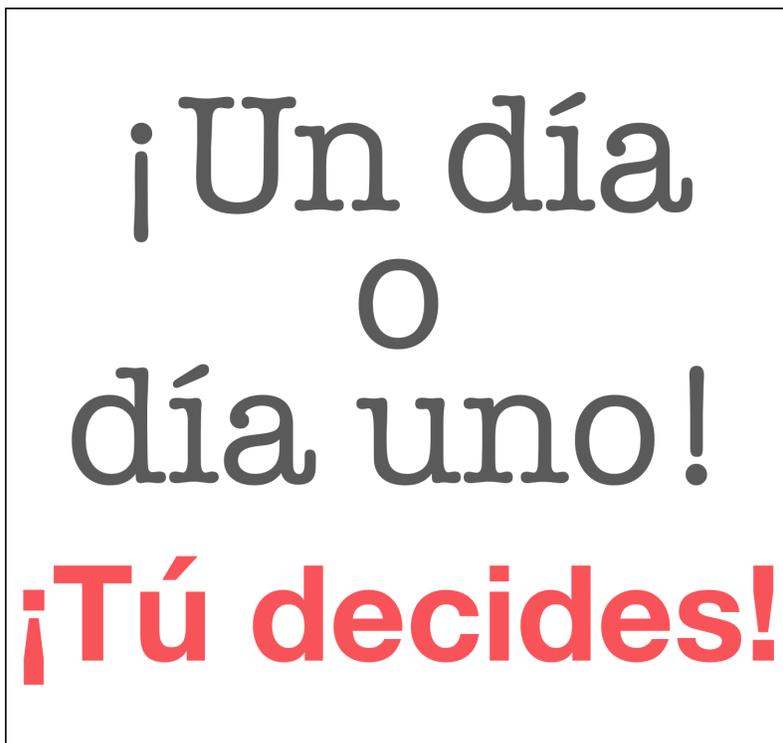
Busca apoyo profesional: Si la pérdida del sentido de pertenencia está afectando significativamente tu bienestar emocional y mental, considera buscar la ayuda de un terapeuta o consejero. Pueden proporcionarte estrategias y apoyo adicional para superar estos sentimientos.

Reflexiona sobre tu identidad: A veces, la pérdida del sentido de pertenencia puede estar relacionada con cambios en tu identidad personal. Tómate un tiempo para reflexionar sobre quién eres, tus valores y tus metas. Esto te ayudará a construir una base sólida para reconstruir tu sentido de pertenencia.

Recuerda que reconstruir el sentido de pertenencia lleva tiempo y esfuerzo. Sé amable contigo mismo durante el proceso y recuerda que no estás solo. Hay personas dispuestas a conectar y apoyarte en tu camino hacia la recuperación de tu sentido de pertenencia.

En este segmento profundizamos el poder del rol social y de los grupos para la dinámica de búsqueda laboral, no es solo construir un plan, lo más importante es fortalecer la persona, empoderarnos, llenarnos de seguridad y auto-control .





¡Un día o día uno!

Esta corta frase es tan cierta como directa nos da la opción de entender que cada día que pasa sin actuar es un día perdido a la luz de lo que estemos buscando emprender o cambiar, evidentemente cada día nos deja un aprendizaje, incluso debemos aprender de la sensación de perder ese día, si no lo hacemos una vez en la vida no sabremos lo que nos puede costar o el arrepentimiento de haberlo dejado pasar, en cambio cada día en el que decidimos tomar acción es el primer día de un viaje emocionante hacia el éxito, la realización personal, el cambio de algún hábito que queremos modificar, un vicio que queremos dejar, una situación para enderezar, algún proyecto o emprendimiento para iniciar.

Si recordamos los mejores eventos o realizaciones en nuestras vidas siempre iniciaron con un día uno, nuestro primer día de universidad o colegio, ese día que decidimos comprar nuestra bicicleta, el día que decidimos comprar esa casa nueva y empezamos a soñar, presupuestar, hacer un plan para reunir los recursos económicos.

Todo gran plan, proyecto, cambio llega a nuestras vidas con un día uno, únicamente debemos tener el impulso y decidir.

Puede ser fácil caer en la complacencia y postergar nuestras metas, pero esta frase nos insta a elegir entre dos opciones: seguir postergando y esperar a que algo suceda (un día), o comprometernos de inmediato y comenzar hoy mismo (día uno).

¡Tú decides!

Tan simple cómo difícil, como seres humanos se nos dificulta decidir y más cuando es algo que tiene que ver con nuestra propia vida, muchas veces decidimos sobre la vida de los demás, opinamos desde nuestra óptica, vivencias y sentimientos

Entonces, te animo a adoptar el lema "¡Un día o día uno!" y a aprovechar cada día como una oportunidad para avanzar hacia tus sueños y metas. No esperes más, toma ese primer paso valiente y comprométete a hacer de cada día el inicio de tu viaje hacia el éxito.

¡Tú puedes lograrlo!

Todo en la vida es mejor con un experto

Según Google

experto, experta

adjetivo · nombre masculino y femenino

1.[persona] Que es muy hábil o tiene gran experiencia en un trabajo o actividad."un experto informático"

2.[persona] Que tiene muchos conocimientos en una materia."un experto antropólogo"

Según la RAE

experto, ta

Del lat. expertus 'experimentado'.

1. adj. Dicho de una persona: Práctica o experimentada en algo. Es una conductora experta.

2. adj. Dicho de una persona: Especializada o con grandes conocimientos en una materia. Es muy experta EN leyes. U. t. c. s. El juez llamó a declarar a un experto EN balística.

Según ChatGPT

Redacción del concepto experto en el manejo del momento de desempleo.

Un experto en el manejo del momento de desempleo es un profesional que posee un amplio conocimiento y experiencia en brindar apoyo y orientación a las personas que se encuentran en situación de desempleo. Su objetivo principal es ayudar a los individuos a superar las dificultades emocionales, financieras y prácticas asociadas con la pérdida de empleo, y a desarrollar estrategias efectivas para encontrar nuevas oportunidades laborales.

El experto en el manejo del momento de desempleo tiene una comprensión profunda de los desafíos que enfrentan las personas en transición laboral, incluyendo el impacto psicológico del desempleo, el estrés financiero y las preocupaciones relacionadas con la búsqueda de empleo. Está familiarizado con una variedad de recursos y herramientas que pueden facilitar la adaptación a la situación de desempleo y la reintegración al mercado laboral.

El rol principal de un experto en el manejo del momento de desempleo es proporcionar asesoramiento personalizado y capacitación práctica a las personas desempleadas. Esto implica ayudar a los individuos a identificar sus fortalezas, habilidades y metas profesionales, así como a elaborar estrategias de búsqueda de empleo efectivas, como la creación de un currículum vitae impactante, la preparación de entrevistas y la utilización de redes de contactos.

Además, el experto en el manejo del momento de desempleo puede brindar apoyo emocional y motivacional, ayudando a los individuos a mantener una mentalidad positiva durante su búsqueda de empleo y a enfrentar las posibles dificultades y rechazos que puedan surgir en el camino. También puede ofrecer consejos financieros para manejar el presupuesto durante el período de desempleo y explorar opciones de capacitación y desarrollo profesional para mejorar las habilidades y aumentar las posibilidades de empleo.

En resumen, un experto en el manejo del momento de desempleo es un profesional especializado en brindar apoyo integral a las personas desempleadas, guiándolas en la búsqueda de empleo, proporcionando asesoramiento emocional y financiero, y ayudándolas a desarrollar estrategias efectivas para enfrentar y superar los desafíos asociados con la pérdida de empleo.

El “**día uno**” es aquel en el que reconocemos y aceptamos la ayuda de un experto, el acompañarnos bien nos traerá varios resultados medibles y totalmente positivos para el corto, mediano y largo plazo. El trabajo es tan importante e imprescindible que es la condición básica y fundamental de la vida humana, sin éste no podemos vivir, satisfacer nuestras necesidades básicas como el alimento y hasta nuestras necesidades de reconocimiento y pertenencia. Más allá de proveer el dinero y los recursos para nuestras necesidades básicas el trabajo ha desarrollado roles y una dinámica social que define a las individuos dándoles la oportunidad de realizarse como personas, lo que las hace sentirse participantes plenos de la vida social.

Con el acompañamiento adecuado podemos minimizar el riesgo de una mala decisión laboral, podremos analizar, diagnosticar, definir e implementar nuestro siguiente paso de forma que disminuyamos el impacto negativo de una empleabilidad mal gestionada, el mundo cambia día a día, de la mano con este ha cambiado el concepto y la relación con el trabajo pero muchas veces no sabemos esto, no nos actualizamos y seguimos a la antigua sin lograr cumplir nuestros objetivos de forma acertada.

Lo más aconsejable es aceptar, querer hacer desarrollar estrategias diferentes, salir de la conocida zona de confort, diferenciarnos y avanzar, con in-head lo único que tienes que hacer es definir ese “día uno” los siguientes te lo vamos indicando nosotros.

En in-head tenemos el plan con la metodología que garantizará el desarrollo de las estrategias para dejar de procrastinar con respecto a nuestra búsqueda laboral.

Para ello tenemos desarrollados tres productos incluidos en el programa.



Es nuestro taller, su nombre intro hace referencia a la temática que abarca, éste es la introducción y allí vamos a profundizar en :

- Dinámica de la metodología.
- Asignación de grupos
- Creación de roles

- ¿Quiénes somos?
- Exploración del momento personal
- ¿Cómo funciona el mercado laboral?
- Metodología
- Plan de trabajo

Progressus

Al mejor estilo de las plataformas de project management tenemos Progressus donde se lleva a cabo el desarrollo de nuestras tareas del plan e incluso incluimos esas rutinas personales relevantes de forma alterna para tener éxito en el proceso. En ésta plataforma trabajamos en :

- Rutina personal
- Definición de tipología de trabajo
- Definición: País-Ciudad
- Definición : Industria - Sector
- Definición : Empresas
- Desarrollo resumen de habilidades
- Desarrollo del perfil
- Lista de empresas objetivo
- Desarrollo de la propuesta de valor
- Hojas de vida
- Marca personal
- Cover letter
- Pruebas psicotécnicas
- Práctica de entrevistas
- CRM/Networking



Por último pero no menos importante tenemos Social-n, nuestra red social.

Al indagar entre las clasificaciones de los tipos de usuarios de redes sociales, preferí utilizar la siguiente clasificación al encontrarla apta y oportuna para el análisis.

Usuarios activos: Son aquellos que utilizan regularmente las redes sociales, publican contenido, interactúan con otros usuarios y participan en conversaciones y discusiones en línea. Pueden variar desde el 10% al 30% de los usuarios totales, dependiendo de la plataforma.

Usuarios pasivos: Son personas que utilizan las redes sociales principalmente para consumir contenido, sin participar activamente en la generación de publicaciones o interacciones. Pueden representar entre el 50% y el 80% de los usuarios totales.

Influyentes: Son usuarios que tienen una gran cantidad de seguidores y ejercen influencia sobre ellos. Pueden ser celebridades, expertos en un campo específico o personas con habilidades excepcionales. Representan una fracción pequeña, generalmente menos del 5%, pero su impacto puede ser significativo debido a su alcance y seguidores.

Conectores: Son usuarios que se dedican a establecer conexiones entre diferentes personas y grupos en las redes sociales. Suelen ser muy sociables y facilitan la interacción entre otros usuarios. Pueden representar entre el 5% y el 10% de los usuarios totales.

Observadores: Son usuarios que siguen las actividades de otros usuarios y consumen contenido sin interactuar o participar activamente. Son similares a los usuarios pasivos, pero suelen centrarse en usuarios específicos a los que siguen de cerca. Pueden ser la mayoría de los usuarios.

Críticos: Son usuarios que comparten opiniones y críticas sobre diversos temas en las redes sociales. Pueden expresar sus puntos de vista de manera constructiva o negativa, y suelen generar discusiones en línea. Generalmente representan una parte minoritaria, tal vez entre el 5% y el 15% de los usuarios totales.

Trolls: Son usuarios que buscan provocar y generar conflictos en las redes sociales. Suelen publicar comentarios ofensivos, realizar ataques personales y difundir desinformación con el objetivo de causar discordia. En general, se considera que representan una minoría, pero su comportamiento a menudo puede ser muy visible y perjudicial.

Usuarios profesionales: Son personas que utilizan las redes sociales con fines profesionales, como promocionar su negocio, establecer contactos laborales, compartir contenido relacionado con su campo de expertise, etc. En plataformas como LinkedIn, donde el enfoque principal es lo profesional, la proporción de usuarios profesionales puede ser más alta en comparación con otras plataformas más orientadas al entretenimiento.

Pueden existir más clasificaciones con más datos y profundidad, para este ejercicio vamos a trabajar con esta.

Tratamos de buscar información específica de LinkedIn y esto fue lo que encontramos:

Usuarios activos: 30% al 40% de los usuarios.

Usuarios pasivos: 50% al 60% de los usuarios.

Influyentes: 5% o menos.

Conectores: 10% de los usuarios.

Usuarios profesionales pasivos: 30% al 40% de los usuarios totales.

Es importante tener en cuenta que estos porcentajes son estimaciones aproximadas y pueden variar según la región y las características demográficas de los usuarios de LinkedIn. Además, las cifras reales pueden cambiar con el tiempo a medida que evoluciona la plataforma.

Gracias a las cifras anteriores más el tipo de interacciones que encontramos nació la iniciativa de tener una red social de práctica y exclusiva de personas en momento de reubicación laboral, LinkedIn es una red muy potente pero a su vez intimidante y exigente, apostarle a generar un contenido de calidad y buena aceptación que más allá de hacernos notar nos deje profesionalmente atractivos y bien calificados es una tarea retadora, más cuando estás en un momento de transición o desempleo con el auto estima un poco golpeado.

LinkedIn es una herramienta muy importante para nuestro proceso de reubicación, aquí es donde iniciamos el camino y aporta un montón a nuestra marca personal.

Por ésta razón iniciamos una red social propia, si estamos en el grupo de los profesionales pasivos debemos orientarnos a migrar al grupo de los activos, como lo hemos evidenciado solos es muy difícil, de los contrario estaríamos en el grupo de los activos. Lo bueno es que va a ser exitoso ser parte de esa minoría para ser encontrados.



Marketing aplicado a la búsqueda de empleo

Una de mis especialidades y tema que me apasiona es el marketing, rama que va aplicada en todo el proceso de reubicación.

Si realizamos un paso a paso que nos serviría para desarrollar un plan de marketing.

Establecer los objetivos: Define claramente los resultados que deseas lograr con tu plan de marketing. Los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con límite de tiempo (SMART). Para nuestro caso será la Industria, Empresa, Cargo, Salario y/o beneficios, Tiempo en el que vamos a tener la reubicación.

Analizar el mercado: Realiza un análisis exhaustivo del mercado en el que operas. Identifica a tu público objetivo, analiza a tus competidores, investiga las tendencias del mercado y comprende las necesidades y deseos de tus clientes potenciales. Esto suena muy afín a un producto y ciertamente lo es, en la búsqueda laboral el candidato puede adoptar el rol de un producto, por ende debe conocer el mercado, sus detalles y necesidades.

Conocer nuestro producto o servicio: Conozcamos a nosotros mismos, es importante hacer una pausa y analizarnos detalladamente las características y beneficios que podemos ofrecer a nuestros futuros empleadores. Esto te ayudará a comprender cómo puedes diferenciarte de la competencia y destacar en el mercado laboral.

Definir la estrategia de marketing: Basándote en tu análisis de mercado y conocimiento propio, vamos a establecer una estrategia de marketing clara. Utilizaremos las herramientas de in-head más los materiales desarrollados en el proceso para tal fin.

Identificar las tácticas de marketing: Determina las tácticas y herramientas de marketing específicas que utilizarás para implementar tu estrategia. Estas pueden incluir networking, panel de candidatos, LinkedIn y el desarrollo de la marca personal.

Establecer un presupuesto: Define el presupuesto que asignarás al proceso, como todo plan requerimos una inversión de recursos de tiempo y dinero, para el caso de la reubicación laboral este presupuesto puede ser para el pago de un programa y/o para el manejo de los gastos habituales de la vida diaria mientras estamos cesantes este es un punto muy importante para estar tranquilos aprovechando nuestra energía, capacidad física y mental a nuestro proyecto de reubicación.

Crear un plan de acción: El plan de acción está creado en el programa in-head, allí tenemos todas las herramientas necesarias para éste fin, el desarrollo de las tareas claves del plan son las que hacen que el proceso sea exitoso.

Monitorear y evalúa los resultados: Establecer métricas clave para medir el éxito de tu plan de marketing. Utilizar herramientas como las nuestras es necesario para tener claros nuestros avances y evolución, es muy común oír que lo que no se mide no se puede mejorar aquí tenemos la metodología para hacerlo.

Revisar y actualizar tu plan: El entorno o está en constante cambio, por lo que es importante revisar y actualizar. Asegurarse de que tu estrategia y tácticas sigan siendo relevantes y efectivas para alcanzar tus objetivos de búsqueda.

Desarrollar un plan de reubicación exitoso requiere tiempo, información y un enfoque estratégico. Siguiendo estos pasos estaremos en camino de implementar un plan efectivo que impulse satisfactoriamente nuestra búsqueda.



¿En el momento de contratar, que criterio anteponer personas o profesionales?

La diferencia entre contratar personas y profesionales radica principalmente en el nivel de especialización y experiencia que cada grupo puede aportar. A continuación, se incluyen algunos argumentos que resaltan estas diferencias:

Nivel de especialización: Cuando se contrata a profesionales, se busca específicamente a personas que posean conocimientos y habilidades altamente especializados en un campo particular. Estos profesionales han invertido tiempo y esfuerzo en adquirir una educación formal o una formación especializada en su área de expertise. Por otro lado, al contratar personas en general, se puede buscar una gama más amplia de habilidades y capacidades, sin un enfoque específico en una especialización particular.

Experiencia laboral: Los profesionales suelen tener una amplia experiencia laboral previa en su campo de especialización. Han trabajado en proyectos relevantes, han enfrentado desafíos específicos de la industria y han desarrollado habilidades y conocimientos específicos a través de su trayectoria profesional. En cambio, las personas contratadas en general pueden tener diversos niveles de experiencia, que pueden variar desde principiantes hasta aquellos con cierta experiencia en el campo, pero sin una especialización particular.

Complejidad de las tareas: Las tareas asignadas a profesionales suelen ser más complejas y requieren un nivel más profundo de conocimientos y habilidades especializadas. Estos profesionales están capacitados para abordar desafíos técnicos o complejos que pueden surgir en su campo de trabajo. Por otro lado, las personas contratadas pueden desempeñar tareas más generales o de naturaleza menos técnica.

Nivel de autonomía: Los profesionales suelen tener un mayor grado de autonomía en su trabajo. Dado su nivel de especialización y experiencia, se les confía la responsabilidad de tomar decisiones y realizar tareas sin una supervisión constante. Por el contrario, las personas contratadas pueden requerir una mayor supervisión y orientación en sus tareas, especialmente si están en las etapas iniciales de su carrera o si se trata de funciones más generales y menos especializadas.

En resumen, al contratar profesionales se busca específicamente a individuos altamente especializados y con una amplia experiencia en un campo particular. Estos profesionales están preparados para enfrentar desafíos complejos y pueden aportar un nivel avanzado de conocimientos y habilidades. Por otro lado, al contratar personas en general, se busca una gama más amplia de habilidades y capacidades, sin un enfoque específico en una especialización particular.

Dependiendo de las necesidades de las empresas, el momento en el que se encuentran, la capacidad de las compañías y sus líderes para formar personas y si es necesario desarrollarlas como un profesional los dos tipos de colaboradores son necesarios en los equipos.

Tipologías del mercado laboral como la que acabamos de describir se profundizan en el programa in-head, donde después de identificar estas particularidades del mercado se hace necesario cruzar la situación con el autoconocimiento y después de ello tener claro que tipo de colaborador somos, que papel jugamos en el proceso y como nos vamos a adaptar a las empresas e industrias en las que queremos trabajar.



[https://open.spotify.com/episode/
3wGAmDHHhc7zbzP2H2KblQ?si=79fc37a328d0465e](https://open.spotify.com/episode/3wGAmDHHhc7zbzP2H2KblQ?si=79fc37a328d0465e)
