

Herramienta de asociaciones: Módulo de formación para campañas de promoción de la EFP



AGORA VETPro 4.0. Guía avanzada para el reconocimiento de oportunidades y atractivo para los profesionales de la EFP 4.0



Le Portage Salarial



iasis

Info
def



2021-1-BG01-KA220-VET-000034880

Índice

Introducción.....	4
Contexto y ventajas de la gestión de eventos en la EFP.....	4
Sección 01: Cómo organizar campañas de promoción.....	6
PREPARACIÓN.....	6
Definir la campaña.....	6
Paso 1: Establecer el nombre y el tema de la campaña.....	6
Paso 2: Definir el público destinatario y sus motivos de asistencia.....	7
Paso 3: Establecer los objetivos y metas de la campaña.....	7
Paso 4: Seleccionar fecha, hora y lugar.....	8
Paso 5: Invitar a ponentes y colaboradores.....	8
Paso 6: ¡Haz los números!.....	8
Planificar el acto.....	8
Paso 1: Formar el equipo organizador.....	8
Paso 2: Decidir el orden del día.....	8
Paso 3: Decidir la modalidad.....	8
Paso 4: Sesión de formación con el equipo organizador.....	9
Paso 5: Coordinación con los patrocinadores.....	9
Preparar los altavoces.....	9
Paso 1: Elaborar la guía de contenidos.....	9
Paso 2: Revisar el contenido con los ponentes.....	9
Paso 3: Ensayo con los oradores.....	9
Preparar al equipo.....	9
Paso 1: Distribuir las tareas en el equipo.....	10
Paso 2: Definir protocolos de actuación.....	10
Paso 3: Ensayo técnico.....	10
Promover el acontecimiento.....	10
Paso 1: Definir y crear el formulario de inscripción de los participantes.....	10
Paso 2: Crear una imagen de marca del acontecimiento.....	10
Paso 3: Probar el flujo de inscripción de asistentes.....	11
Paso 4: Definir los invitados VIP.....	11
Paso 5: Crear un calendario de actividades con los futuros participantes.....	11
Paso 6: Enviar las invitaciones.....	11
Paso 7: Gestionar las invitaciones.....	11
EJECUCIÓN DEL EVENTO.....	12
Paso 1: Preparación inmediatamente antes del acto.....	12
Paso 2: Inscripción y recepción.....	12

Índice

Paso 3: Actividades y presentaciones.....	12
Paso 4: Stands y exposiciones.....	13
Paso 5: Sesiones interactivas y talleres.....	13
Paso 6: Creación de redes y oportunidades de contacto.....	13
Paso 7: Servicios y comodidades.....	13
Paso 8: Seguimiento y evaluación.....	13
SEGUIMIENTO.....	14
Paso 1: Agradecimientos y reconocimientos.....	14
Paso 2: Recogida y análisis de datos.....	14
Paso 3: Evaluación del acontecimiento con el equipo interno.....	14
Paso 4: Seguimiento individual.....	14
Paso 5: Comunicación de los resultados.....	15
Paso 6: Seguir promoviendo programas de formación.....	15
Paso 7: Evaluación del rendimiento de la inversión (ROI).....	15
Paso 8: Planificación de acontecimientos futuros.....	15
Sección 02: Cómo cooperar con los empresarios y las partes interesadas:.....	16
Juegos de rol.....	16
1. Promoción de la formación en alternancia en una cadena hotelera internacional.....	17
2. Reunión en una multinacional que valora el WBL y la cooperación internacional.....	20
3. Definir nuestros PORQUÉS.....	23
4. Creación de una campaña de marketing digital: el siguiente nivel de comunicación con la vida real.....	26
5. "Formar a mi empleado arruinará mi Empresa..".....	29
6. Aumentar la interactividad de la formación en la empresa.....	32
7. Convencer a una empresa para que cree oportunidades de empleo para profesionales formados a través de programas de EFP.....	35
8. Las empresas y los servicios de formación profesional pueden colaborar para mejorar la eficacia y la salud mental de los trabajadores.....	39
9. El papel de la Cámara de Comercio en la vinculación de la oferta y la demanda de profesionales cualificados en la industria manufacturera.....	42
10. Entendimiento: ordenar y reunir las necesidades del sector turístico.....	45
11. Organizar un acto promocional de puertas abiertas.....	48
12. Enciende tu futuro: Explora la Educación y Formación Profesionales (EFP).....	51



Introducción

La herramienta AGORA Partnerships: Módulo de formación para campañas EFP ha sido elaborada como parte del proceso de implementación de AGORA VETPro4.0: **Orientación avanzada para el reconocimiento de oportunidades y atractivo para los profesionales de la EFP 4.0.** (Proyecto nº 2021-1-BG01-KA220-VET-000034880) – un proyecto financiado por la Comisión Europea, en el marco del Programa Erasmus+, Asociaciones Estratégicas para la Educación y Formación Profesionales.

El equipo del proyecto AGORA VETPro4.0 incluye a profesionales de 6 organizaciones de 6 países: el coordinador Business Foundation for Education, Bulgaria, y los socios INFODEF, España; ITG Conseil, Francia; IASIS, Grecia; CIAPE, Italia; y MINDSHIFT TALENT ADVISORY LDA, Portugal.

El objetivo principal de AGORA VETPro4.0 Advanced guidance for recognition of opportunities and attractiveness for VET Professionals 4.0 es garantizar la **motivación basada en competencias de los profesores y formadores de EFP, mentores, profesionales de carrera, RRHH para que se conviertan en embajadores de un sistema de EFP modernizado que aporte una mayor empleabilidad y una mejor realización profesional de los jóvenes.**

Contexto y ventajas de la gestión de eventos en la EFP

En un panorama educativo en constante evolución, la educación y formación profesional (EFP) desempeña un papel fundamental en la formación de la futura mano de obra. Reconociendo la importancia de atraer a las mentes jóvenes al campo de la EFP, la Herramienta de AGORA Partnerships: Módulo de formación para campañas de promoción de la EFP ha sido diseñada específicamente para educadores que buscan infundir vitalidad y relevancia a sus programas mediante la organización y realización de eventos significativos y productivos.

Ventajas:

Reformar las percepciones: El sector de la EFP se enfrenta a menudo a ideas erróneas y estereotipos que pueden disuadir a los jóvenes de seguir una formación profesional. Mediante eventos estratégicamente planificados, los educadores pueden derribar estas barreras, mostrando las oportunidades dinámicas y diversas que ofrecen los programas de EFP.



Satisfacer la demanda de la industria: La demanda de profesionales cualificados en diversas industrias está creciendo rápidamente. Atrayendo a más jóvenes a la EFP, podemos colmar la brecha de cualificaciones y garantizar que la mano de obra esté equipada para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado laboral. Los eventos se convierten en poderosas herramientas para ilustrar la naturaleza práctica e impactante de la educación de FP.

Fomentar la pasión y el propósito: los eventos proporcionan una plataforma para que los estudiantes exploren sus pasiones e intereses. A través de experiencias atractivas e interactivas, los educadores de EFP pueden ayudar a los jóvenes estudiantes a descubrir sus puntos fuertes, animándoles a dedicarse a campos en los que puedan prosperar y sentirse realizados.

Colaboración y asociaciones: La creación de eventos de éxito a menudo implica la colaboración con socios externos, partes interesadas de la industria y comunidades locales. Los profesores descubrirán cómo forjar asociaciones significativas que mejoren la autenticidad y la relevancia de los eventos de EFP, creando un escenario en el que todos ganan, tanto los estudiantes como la comunidad en general.

Participación y retención de los estudiantes: Dominando el arte de la gestión de eventos, los educadores de EFP pueden contribuir activamente a los esfuerzos de participación de los estudiantes. Los actos bien organizados no sólo atraen a futuros estudiantes, sino que también contribuyen a retener a los actuales, fomentando un sentimiento de pertenencia y entusiasmo dentro de la comunidad educativa.

Aumentar la visibilidad de la EFP: Los centros que consiguen atraer a los jóvenes a la EFP mejoran su visibilidad y reputación. El compromiso positivo con la comunidad a través de eventos impactantes posiciona a las instituciones de EFP como dinámicas, receptivas y comprometidas con la preparación de los estudiantes para el éxito en el mundo real.

En conclusión, esta guía de formación sirve de brújula a los educadores de EFP que navegan por el apasionante terreno de la gestión de eventos para atraer y comprometer a las mentes jóvenes. Al adoptar enfoques innovadores y aprovechar el poder de los eventos, los educadores pueden redefinir la narrativa en torno a la formación profesional, inspirando a una nueva ola de estudiantes deseosos de embarcarse en carreras significativas y satisfactorias.

La Herramienta de Asociaciones AGORA: Módulo de formación para campañas de promoción de la EFP consta de dos secciones:

- Sección 01: Cómo organizar campañas de promoción
- Sección 02: Cómo cooperar con los empresarios y las partes interesadas

Sección 01: una herramienta de formación en gestión de eventos que guía a los profesionales a través de todo el proceso de preparación, realización y seguimiento de una campaña de promoción de la EFP. La Sección ofrece procedimientos y vías detallados, fáciles de seguir y aplicables en una gran variedad de situaciones.

Sección 02: un conjunto de juegos de rol que proporcionan la adquisición de habilidades de negociación necesarias para que los profesionales a los que se dirige atraigan a los empresarios para cooperar en la oferta de oportunidades de aprendizaje basadas en el trabajo, para trabajar conjuntamente en los planes de estudio, para apoyar eventos profesionales, etc. La sección ofrece un enfoque interesante y práctico a través de la implementación de varios escenarios que llevarán a salvar con éxito la brecha entre el sistema educativo, tanto formal como no formal, y el sector empresarial, contribuyendo así al atractivo de los sistemas de EFP.

Sección 01: Cómo organizar campañas de promoción

PREPARACIÓN:

La fase de preparación es la más extensa y requiere más detalles que las fases de Conducción y Seguimiento. Una buena preparación garantizará el éxito de la campaña. Sin embargo, una buena ejecución y seguimiento de la campaña son esenciales para lograr el impacto y los resultados esperados.

Definir la campaña

Para empezar a definir una campaña, es fundamental partir de los datos generales de la misma, que te permitirán darle forma al disponer de información básica que se complementará.

Paso 1: Establecer el nombre y el tema de la campaña

Paso 2: Definir el público destinatario y sus motivos de asistencia

Determine a quién va dirigido su acto. ¿Quieres atraer a estudiantes de secundaria interesados en la formación profesional o a adultos que quieren mejorar sus conocimientos?

Comprender a su público objetivo le ayudará a diseñar un acto atractivo y relevante para él.

Paso 3: Establecer los objetivos y metas de la campaña

Antes de empezar a planificar su acto, tenga claros los objetivos que quiere alcanzar. ¿Quiere promocionar una institución educativa concreta? ¿Quiere destacar programas de formación específicos? Fije objetivos claros y mensurables para su acto.

Ejemplos de objetivos

- Atraer a nuevos estudiantes
- Campañas de empleo (ferias)
- Campaña de formación específica
- Fomentar el buen comportamiento y mejorar la asistencia
- Campañas de interacción con otros centros de FP, fomentando los intercambios nacionales e internacionales
- Etc....

Además, debe fijar metas cuantificables y no cuantificables relacionadas con sus objetivos. Por ejemplo:

- Número de jóvenes inscritos en el acto
- Número de jóvenes matriculados en el centro de FP
- Número de empresas invitadas a la campaña de empleo
- Número de empresas que aceptan la invitación
- Número de empresas con stand en la manifestación por el empleo
- Etc.

Objetivos no cuantificables

- Concienciar a los alumnos sobre el buen comportamiento y la asistencia a clase
- Recopilar información de las empresas sobre las necesidades de formación.
- Etc.

Paso 4: Seleccionar fecha, hora y lugar

Seleccione una fecha que convenga a su público objetivo y asegúrese de que no haya conflictos con otros actos importantes. Elija también un lugar adecuado que disponga de espacio suficiente para las actividades previstas y sea accesible para los asistentes.

Paso 5: Invitar a ponentes y colaboradores

Identifique a expertos en el campo de la formación profesional que puedan dar conferencias o participar en mesas redondas. También puede buscar alianzas con otras instituciones educativas, empresas o entidades afines para enriquecer su acto.

Paso 6: ¡Haz los números!

- Número de asistentes.
- Objetivos de ingresos (por ejemplo, venta de entradas y/o patrocinios).
- Impacto en el centro de FP (por ejemplo, más estudiantes, acuerdos con empresas, etc.)
- Establecer el presupuesto: Defina el presupuesto disponible para el acto. Esto le permitirá determinar qué tipo de actividades y recursos puede incluir en su acto de promoción.

Planificar el acto

Paso 1: Formar el equipo organizador

Elige al personal que quieres que forme parte del Equipo Organizador de la Campaña.

Paso 2: Decidir el orden del día

Decida el orden del día en función de sus objetivos y del público al que se dirige.

En caso de que se trate de un acto que requiera ponentes, elija a los ponentes principales del acto y acuerde con ellos los contenidos. Tenga en cuenta que los ponentes y los temas a tratar serán razones importantes a la hora de decidir si asistir al acto.

Una vez finalizado el orden del día, envíalo a los ponentes y programa con ellos la logística necesaria y los preparativos previos con la mayor antelación posible, para que los ponentes puedan planificarse.

Paso 3: Decidir la modalidad

- En línea
- En el sitio
- Híbrido



En caso de modalidad online o híbrida, profundice en el uso de la plataforma virtual online que utilizará para el evento y las posibilidades que le ofrece.

Paso 4: Sesión de formación con el equipo organizador

Programe una sesión de formación con el equipo del evento para definir las distintas funciones de cada miembro del equipo para la correcta ejecución del evento.

Como parte de esta formación, considere la posibilidad de familiarizarse con el uso de la plataforma virtual de eventos en línea que se vaya a utilizar, si procede.

Paso 5: Coordinación con los patrocinadores

Si el evento va a ofrecer stands virtuales o publicidad, invite a los patrocinadores a construir sus propios stands y expositores o fije plazos para que le envíen los recursos necesarios para ayudarles a crearlos.

Preparar a los ponentes

Paso 1: Elaborar una guía de contenidos

Le recomendamos que elabore una guía de contenidos para cada sesión, que deberá revisar y acordar previamente con cada ponente.

Paso 2: Revisar el contenido con los ponentes

Programar una llamada de preparación con los ponentes, para revisar la guía de contenidos previamente acordada, un esquema de la presentación que se va a realizar, así como para recoger las expectativas y necesidades de los ponentes.

Paso 3: Ensayo con los oradores

Programe ensayos con los oradores una o dos semanas antes del acto, para comprobar la calidad de la plataforma en la que tendrá lugar (audio, vídeo y conexión), así como la correcta iluminación.

Preparar al equipo

Asegúrese de que cada miembro del equipo tiene claro cuál es su papel el día del acontecimiento y de que está preparado para todas las tareas de las que debe ocuparse.



Paso 1: Distribuir las tareas en el equipo

Defina quién del equipo moderará las sesiones, gestionará el chat del evento o actuará como servicio de asistencia en directo.

Paso 2: Definir protocolos de actuación

Asegúrese de que todos los miembros del equipo sepan a quién dirigirse el día del acontecimiento para resolver cualquier necesidad o problema. Si algo va mal, debe haber un punto de contacto que ayude a resolverlo.

Paso 3: Ensayo técnico

Realice un ensayo técnico dos o tres semanas antes del acto para asegurarse de que todo funciona como debe.

Promover el acontecimiento

Asegúrese de que se asignan recursos suficientes a la promoción para alcanzar los objetivos fijados. Aunque los eventos virtuales en línea no requieren que los asistentes planifiquen un viaje o se desplacen al lugar de celebración, deben hacer un hueco en sus calendarios.

Recomendamos de cuatro a seis semanas de promoción del acto para gestionar las inscripciones, así como para tener margen para enviar invitaciones adicionales si no se alcanzan los objetivos.

Paso 1: Definir y crear el formulario de inscripción de los participantes

Construye la página de inscripción al evento virtual donde los asistentes se registrarán, destacando todos los detalles que hayas definido para el evento: agenda, ponentes con sus fotos y motivos para asistir. Utilizar servicios de terceros, como Luma, Eventbrite o Ticketmaster, puede ser una gran opción.

Paso 2: Crear una imagen de marca del acontecimiento

Marca del acontecimiento: involucrar al diseño gráfico para desarrollar todos los activos de diseño y la marca de la página del acontecimiento.

Paso 3: Pruebe el flujo de inscripción de asistentes

Garantiza que se recoge toda la información necesaria de los asistentes, y que se sincronice correctamente con cualquier sistema que utilice (Marketing, CRM, ERP, etc.).

Pruebe la invitación al evento para verificar que no hay errores.

Paso 4: Definir invitados VIP

Haga una lista de las personas a las que le gustaría invitar al acto por motivos de marketing, influencia, promoción e interés.

Paso 5: Crear un calendario de actividades con los futuros participantes

Cree un calendario de acciones que incluya un seguimiento programado y constante de los invitados previamente seleccionados.

Paso 6: Enviar las invitaciones

Envíe invitaciones y gestione activamente el número de inscripciones. Puede que tenga que ajustar su cadencia promocional en función del ritmo de las inscripciones para alcanzar sus objetivos. Puede que necesite ampliar su lista de invitaciones si es necesario.

Paso 7: Gestionar las invitaciones

Diseñe, previsualice y pruebe correos electrónicos automatizados de eventos para recordar a sus invitados y asistentes cómo encontrar el evento. Recomendamos enviar correos electrónicos recordatorios con al menos 24 horas de antelación, por ejemplo, 1 hora antes del inicio del evento.



Ejecución del Evento

Paso 1: Preparación inmediatamente antes del acontecimiento

- Garantizar las condiciones adecuadas para el evento, tales como: bancos, mesas, sillas y otros.
- Asegure las herramientas de comunicación y formación que utilizará en el evento. Pruebe los equipos y herramientas virtuales.
- Pide a los ponentes su presentación en PPT u otro formato, si procede, para tenerla preparada.
- Coordinarse con el personal y los voluntarios asignados para garantizar que estén informados de sus funciones y responsabilidades.
- Celebre una reunión previa para repasar todos los detalles con el equipo.

Paso 2: Inscripción y recepción

- Establezca una zona de inscripción donde los participantes puedan inscribirse y recibir información adicional.
- Asegúrese de contar con personal suficiente para dar la bienvenida y guiar a los participantes a lo largo del proceso de inscripción.
- Proporcione material pertinente, como programas de actos, folletos informativos, bolígrafos, etc.

Paso 3: Actividades y presentaciones

- Inicie el acto a la hora prevista.
- Siga el programa establecido y asegúrese de que las actividades y presentaciones empiezan y terminan según lo previsto.
- Supervisa que los oradores estén preparados y respeten el tiempo asignado para sus presentaciones.
- Proporcionar apoyo logístico, por ejemplo asegurándose de que el equipo audiovisual funciona correctamente.
- Dirija el acto de forma participativa.
- Dar a conocer los objetivos del acto y cómo se relacionan con los problemas expresados por los participantes.
- Inicie un diálogo con los participantes sobre el tema del acto.
- Comienza tu charla, fomenta la participación.
- Al final de la charla, promueva un diálogo para profundizar en el tema del acto.
- Saca conclusiones sobre el acontecimiento.
- Entregar material de divulgación

Paso 4: Stands y exposiciones

- Organiza stands y exposiciones relacionados con la formación profesional.
- Coordinarse con los expositores para que estén preparados y puedan interactuar eficazmente con los participantes.
- Asegúrate de que haya suficiente espacio entre los puestos y de que estén bien señalizados.

Paso 5: Sesiones interactivas y talleres

- Programe sesiones y talleres interactivos en los que los participantes puedan intervenir activamente.
- Proporciona los materiales y recursos necesarios para las sesiones y talleres.
- Supervisa que los animadores estén presentes y que los participantes se impliquen en las actividades.

Paso 6: Creación de redes y oportunidades de contacto

- Crear espacios para que los participantes interactúen y se relacionen entre sí.
- Facilita actividades de creación de redes, como sesiones de preguntas y respuestas, mesas redondas o grupos de debate.
- Promueve el intercambio de información y experiencias entre los participantes.

Paso 7: Servicios y comodidades

- Asegúrese de que se dispone de los servicios básicos, como agua, aseos, áreas de descanso, etc.
- Proporciona servicios adicionales como catering, si procede, o información sobre opciones de comida cercanas.

Paso 8: Seguimiento y evaluación

- Haga un seguimiento de los participantes y recoja sus datos de contacto, si es posible, para futuras comunicaciones.
- Recoger las opiniones de los participantes sobre el acto mediante encuestas o formularios de evaluación.
- Llevar a cabo una evaluación interna para analizar el éxito del acto y extraer enseñanzas para futuras promociones.



Seguimiento

Una vez finalizado el acto de formación profesional, en realidad no ha terminado. Es importante llevar a cabo un seguimiento adecuado para aprovechar al máximo los resultados y las oportunidades que surjan, realizando un seguimiento minucioso de los asistentes, principalmente en las 24 horas siguientes al evento.

El seguimiento después de un acto es crucial para cerrar el círculo y mantener el impulso generado. Utilice la información y las relaciones establecidas durante el acto para reforzar su institución educativa y seguir promoviendo la formación profesional de forma eficaz.

Paso 1: Agradecimientos y reconocimientos

- Envíe mensajes de agradecimiento a todos los participantes, ponentes, socios y patrocinadores que contribuyeron al éxito del acto.
- Reconocer públicamente a quienes prestaron un apoyo excepcional durante el acontecimiento.
- Comparta grabaciones de vídeo completas –o resúmenes si ya dispone de ellas–, así como cualquier otro contenido que pueda ser relevante para su audiencia, como presentaciones que hayan podido utilizar los ponentes.

Paso 2: Recogida y análisis de datos

- Revise los registros de asistencia, las encuestas y los formularios de evaluación recogidos durante el acto.
- Analizar los datos para comprender la eficacia del acontecimiento, identificar los aspectos susceptibles de mejora y extraer conclusiones importantes.
- Considere la posibilidad de utilizar otras herramientas de análisis o encuestas para obtener información más detallada.

Paso 3: Evaluación del acto con el equipo interno

Además de los comentarios de los asistentes, programe una reunión con el equipo interno que organizó el acto para revisar lo que salió bien, así como las áreas de mejora y aprendizaje para la próxima vez.

Paso 4: Seguimiento individual

- Mantener una comunicación individual con los participantes que expresaron interés por programas específicos o solicitaron información adicional.
- Ofrece respuestas a las preguntas planteadas durante el acto y proporciona el apoyo necesario para ayudar a las partes interesadas a avanzar en sus objetivos de formación.

Paso 5: Comunicación de los resultados

- Preparar un informe detallado en el que se resuman los resultados del acto, incluida la asistencia, las reacciones de los participantes, los aspectos más destacados y los retos afrontados.
- Presentar el informe a los responsables de la toma de decisiones y a las partes interesadas, destacando los logros y las recomendaciones para actos futuros.

Paso 6: Seguir promoviendo programas de formación

- Utilizar los contactos establecidos durante el acto para seguir promoviendo los programas de formación profesional.
- Proporciona información adicional, folletos, catálogos u otros materiales pertinentes a quienes hayan manifestado su interés por participar en los programas.

Paso 7: Evaluación del rendimiento de la inversión (ROI)

- Evalúa el rendimiento de la inversión del acontecimiento en función de los objetivos fijados inicialmente.
- Calcule los costes totales del evento y compárelos con los resultados obtenidos, como el número de nuevos estudiantes matriculados o las interacciones generadas.

Paso 8: Planificación de acontecimientos futuros

- Utilizar las enseñanzas extraídas del acto para mejorar y optimizar la planificación de futuros actos de promoción de la formación profesional.
- Tenga en cuenta las sugerencias y comentarios de los participantes para identificar áreas de mejora y temas de interés para futuros eventos.



Sección 02: Cómo cooperar con los empresarios y las partes interesadas:

Juegos de rol

1. Promoción de la formación en alternancia en una cadena hotelera internacional

Tema

Fomento de la cooperación internacional en materia de aprendizaje basado en el trabajo (ABT)

Título de la situación

Promover la formación en alternancia en una cadena hotelera internacional

Descripción de la situación que debe abordarse

Una conocida cadena hotelera con varias décadas de experiencia tiene unidades abiertas en distintos países, principalmente en Europa, pero también fuera de ella. Sin embargo, las evaluaciones realizadas por la cadena, así como las opiniones de los clientes, revelan que los procedimientos y la evaluación de los hoteles son bastante desiguales. Algunos hoteles tienen una calificación excelente en todos los aspectos, pero otros pueden mejorar sus resultados.

El mentor ABT de la cadena hotelera pensó en una estrategia para mejorar el rendimiento de las unidades con peores calificaciones, que consiste en crear prácticas en diferentes países, en los hoteles con mejores resultados. De este modo, cree que es posible invertir las dificultades estructurales e iniciar una mejora desde la base, ya que los jóvenes trabajadores pueden entonces, en un esquema de tutoría inversa, enseñar a sus colegas de más edad los nuevos procesos que han aprendido.

El mentor del ABT solicitó una reunión con un representante de un centro local de Educación y Formación Profesional (EFP) y con el director de uno de los hoteles peor valorados. En la reunión intentará que el centro de FP, es decir, los formadores de los cursos a los que han asistido muchos de los jóvenes trabajadores contratados por el hotel, ayuden a estructurar un nuevo plan de formación específico, que debería basarse principalmente en el aprendizaje práctico en el hotel. También tratará de que preparen a una persona de la plantilla del hotel que pueda apoyar a los jóvenes aprendices como mentor local. Además, el mentor del ABT intentará convencer al director para que permita a cuatro jóvenes trabajadores realizar prácticas internacionales en hoteles de la cadena durante seis meses.

Descripción de los actores

- Jugador 1: mentor ABT de una cadena hotelera

Suri es una japonesa de 45 años. Tiene experiencia en hostelería y ha ido ascendiendo en el sector. En su tiempo libre, a Suri le gusta cocinar y la jardinería. Está casada, tiene tres hijos adolescentes y valora pasar tiempo con su familia. Su motivación es transmitir su experiencia y ayudar a la próxima generación de profesionales de la hostelería a alcanzar el éxito. Suri tiene experiencia, es paciente y comprensiva, pero también puede ser estricta y exigente cuando se trata de normas profesionales y ética laboral.

- Jugador 2: Formador de EFP, representante del centro local de EFP

Pavel es un formador polaco de 50 años responsable de un centro de FP. Tiene formación en educación. En su tiempo libre le gusta hacer senderismo. Está divorciado y tiene dos hijos mayores. Su motivación es compartir su experiencia y ayudar a preparar a la próxima generación con las habilidades que necesitan para tener éxito. Pavel es experto, práctico y práctico, pero también puede ser testarudo y obstinado en sus métodos y técnicas.

- Jugador 3: Director de hotel

Miguel es un director de hotel español de 35 años con formación en hostelería. En su tiempo libre le gusta la fotografía y explorar nuevas cocinas. Está casado, tiene una hija pequeña y valora pasar tiempo con su familia. La motivación de Miguel es ofrecer un servicio excepcional y crear una experiencia memorable para los huéspedes de su hotel. Es profesional y organizado, pero también puede ser exigente y un poco tacaño.

Consejos para observadores

Lenguaje corporal: observe la postura, las expresiones faciales y los gestos de los participantes para determinar su compromiso y nivel de comodidad.

Frases: fíjate en el lenguaje y la terminología utilizados por los participantes para comprender su nivel de conocimientos y su capacidad de comunicación.

Gestos: observe los movimientos de las manos y los gestos utilizados para enfatizar puntos y comunicarse de forma no verbal.



Tono: presta atención al tono de voz utilizado por los participantes, ya que puede expresar emoción, actitud y estado de ánimo.

Capacidad de escucha: observa cómo se escuchan los participantes y cómo responden a las ideas de los demás.

Conciencia cultural: observe hasta qué punto los participantes son conscientes de las diferencias culturales de los demás y las respetan.

Dinámica de equipo: observe la interacción y cooperación entre los miembros del equipo.

Informe

- *¿Cuál era tu perspectiva inicial sobre las funciones de tu personaje de rol?*
- *¿Cuál fue el mayor reto para su carácter?*
- *¿Qué has aprendido con este juego de rol?*
- *¿Hiciste algo que harías de forma diferente en una próxima ocasión si se diera una situación similar?*
- *¿Qué recomendaciones te darías a ti mismo después de este juego de rol?*

2. Reunión en una empresa multinacional que valora el WBL y la cooperación internacional

Tema

Fomento de la cooperación internacional en materia de aprendizaje basado en el trabajo (ABT)

Título de la situación

Reunión en una empresa multinacional que valora el WBL y la cooperación internacional

Descripción de la situación que debe abordarse

Una empresa ha puesto en marcha recientemente una nueva iniciativa para fomentar la formación profesional continua, la cooperación internacional y mejorar las competencias de sus empleados.

El juego de rol tiene lugar durante una reunión de equipo en la que el Consejero Delegado (CEO) discute el plan de implantación y asigna tareas al responsable de RRHH y al formador de la empresa. La reunión comienza con una breve presentación de la iniciativa y sus objetivos, seguida de un debate sobre los retos que plantea su aplicación.

El equipo aporta ideas sobre cómo animar a los empleados a participar en oportunidades de WLB y en iniciativas de cooperación internacional. El Consejero Delegado también discute formas de seguir el progreso de la iniciativa y medir su éxito.

A continuación, el CEO asigna tareas específicas. El formador de la empresa se encarga de crear un programa completo de formación para los empleados, mientras que el responsable de Recursos Humanos (RRHH) se encarga de desarrollar un sistema de seguimiento para controlar los progresos y de ponerse en contacto con socios internacionales para establecer nuevas asociaciones y colaboraciones.

A lo largo del juego de rol, el Director General insiste en la importancia del trabajo en equipo, la comunicación y la colaboración, y fomenta el debate abierto y los comentarios constructivos, haciendo hincapié en que se valoran las opiniones e ideas de todos.

El juego de roles termina con una revisión de los puntos de acción y un debate sobre los próximos pasos. El equipo establece un calendario para la realización de cada tarea y acuerda revisiones periódicas para asegurarse de que la iniciativa va por buen camino.

En general, este escenario de juego de rol se centra en fomentar el aprendizaje basado en el trabajo y la cooperación internacional a través del trabajo en equipo, la comunicación y la colaboración. Ofrece a los participantes la oportunidad de mejorar sus habilidades, compartir ideas y trabajar juntos para lograr un objetivo común.

Descripción de los actores

- Jugador 1: el Director General

Giovanni, italiano de 40 años, tiene formación empresarial. Es muy inteligente y centrado. A pesar de su apretada agenda, Giovanni dedica tiempo a su familia y disfruta jugando al golf y leyendo sobre economía. Tiene mujer y dos hijos. Su motivación es asegurar un futuro próspero para su familia y establecerse como líder en su sector. Es seguro de sí mismo, carismático y estratégico, pero también puede ser exigente.

- Jugador 2: el responsable de RRHH

Ema es una profesional de RRHH danesa de 35 años con formación en psicología. Le gusta el yoga y el voluntariado en su comunidad, y valora la conciliación de la vida laboral y familiar. Está casada y tiene dos hijos pequeños. Su motivación es crear un entorno de trabajo positivo e integrador para los empleados, además de ser una esposa y madre comprensiva. Es empática, organizada y justa, pero también puede ser demasiado precavida e indecisa cuando se enfrenta a decisiones difíciles en materia de recursos humanos.

- Jugador 3: el formador en la empresa

Dina es una formadora portuguesa de 30 años con formación en educación. Es una ávida viajera y disfruta aprendiendo sobre diferentes culturas. Es soltera y disfruta de su independencia, pero también valora sus estrechas relaciones con amigos y familiares. La motivación de Dina es ayudar a los demás a alcanzar su pleno potencial y tener un impacto positivo en sus carreras. Es enérgica y motivadora, pero también puede ser impulsiva y espontánea, a veces un poco desorganizada.

Consejos para observadores

Lenguaje corporal: observe la postura, las expresiones faciales y los gestos de los participantes para determinar su compromiso y nivel de comodidad.

Frases: fíjate en el lenguaje y la terminología utilizados por los participantes para comprender su nivel de conocimientos y su capacidad de comunicación.

Gestos: observe los movimientos de las manos y los gestos utilizados para enfatizar puntos y comunicarse de forma no verbal.

Tono: presta atención al tono de voz utilizado por los participantes, ya que puede expresar emoción, actitud y estado de ánimo.

Capacidad de escucha: observa cómo se escuchan los participantes y cómo responden a las ideas de los demás.

Conciencia cultural: observe hasta qué punto los participantes son conscientes de las diferencias culturales de los demás y las respetan.

Dinámica de equipo: observe la interacción y cooperación entre los miembros del equipo.

Debrief

- *¿Cuál era tu perspectiva sobre las obligaciones de tu personaje de juego de rol?*
 - *¿Cuál fue el mayor reto para su personaje?*
 - *¿Qué has aprendido con este juego de rol?*
 - *¿Hiciste algo que harías de manera diferente en una próxima ocasión si esta situación se repite?*
 - *¿Qué recomendaciones te darías a ti mismo después de este juego de rol?*



3. Definir nuestros PORQUÉS

Tema

Definir los valores de la organización

Título de la situación

Definir nuestros PORQUÉS

Descripción de la situación que debe abordarse

Todas las organizaciones del planeta, incluso nuestras propias carreras, funcionan en tres niveles:

1. Qué hacemos
2. Cómo lo hacemos, y
3. Por qué lo hacemos.

Cuando las tres piezas estén en equilibrio, los demás dirán, con absoluta claridad y certeza: "Sabemos quién eres", "Sabemos lo que representas".

Esta sencilla idea es El Círculo de Oro, creada por Simon Sinek. Ayuda a las personas a comunicar claramente sus valores organizativos, su pasión y su misión, y a atraer a socios, clientes, empleados, que vibren y vivan los mismos valores y tengan en común la misma misión. Esto es lo que solemos llamar éxito, detrás del cual hay personas unidas por estos elementos. Esto es lo que atrae la lealtad y el compromiso de los clientes a largo plazo.

Como nuestro objetivo es atraer a empresas y organizaciones que compartan con nosotros los mismos valores y tengan una misión similar a la nuestra, es bueno conocer y definir primero nuestra declaración de Por qué, Cómo y Qué. Entonces podremos convertirlo en un mensaje al mundo y podremos utilizarlo para crear presentaciones atractivas, anuncios, contenidos para redes sociales, vídeos, que lleguen al objetivo adecuado: socios externos que puedan contribuir a nuestra causa (véase la situación 2).

Puede ver más en el siguiente vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA&t=3s

La siguiente actividad abordará el descubrimiento del Círculo de Oro para su organización O el Círculo de Oro de un nuevo equipo (su equipo y los representantes de la empresa (u otras partes interesadas externas) si ya los ha atraído y necesita definir el Círculo de Oro de su proyecto mutuo).

La situación: una reunión entre los representantes de todas las partes interesadas.

El objetivo: definir los valores, la misión, los puntos fuertes, los principios rectores y lo que ofrece el grupo.

Descripción de los actores

Jugador 1: El facilitador

El facilitador dirige el proceso general de definición de los PORQUÉS del grupo / proyecto. Ayuda al grupo formulando preguntas, anotando las respuestas, agrupando las respuestas en grupos, ayudando con las conclusiones. La gente describe y comparte:

Por el PORQUÉ:

- De 3 a 5 de sus mejores experiencias sobre el tema / campo / dominio.
- 3 a 5 los retos más difíciles y cómo los superan.
- Los PORQUÉS comunes del grupo.
- La contribución para impactar y servir a los demás.

Por el CÓMO:

- Definir los puntos fuertes, valores o principios rectores.
- Qué diferencia a este grupo / organización de los demás.
- Las cosas que hacen que este grupo sea especial o diferente.

Para el QUÉ:

- Qué hace u ofrece como servicio / producto.

Para la afirmación global: El animador agrupa las respuestas y las escribe por separado, para que todos puedan verlas claramente. A continuación, se invita a los participantes a que propongan sus lemas para el trabajo / proyecto / equipo mutuo.

Los posibles papeles de los demás participantes son:

- Jugador 2: Representante de la empresa
- Jugador 3: Representante de su organización
- Jugador 4: Representante de los estudiantes (opcional)
- Jugador 4: Representante de los padres (opcional)
- Jugador 4: Representante del centro de orientación profesional (opcional)

Cada uno de ellos representa su punto de vista y/o la organización para la que trabaja.

Materiales necesarios:

- Si está presente: rotafolio y rotuladores.
- Si es en línea: plataforma que permite a todos los participantes compartir su opinión al mismo tiempo.

Consejos para observadores

- Observe el diálogo entre la empresa y los demás participantes. Deje que todos compartan sus problemas, esperanzas y valores. En ocasiones, las empresas se enfrentan a problemas que las escuelas no suelen abordar; esta brecha puede provocar que las empresas no encuentren sentido a cooperar con los sistemas escolares.
- Observa la dinámica del grupo: cómo empieza, se desarrolla y termina. Si es necesario, planifica algunas actividades adicionales, como rompehielos, vídeos, presentaciones, presentaciones para conocerse mejor.
- Observa cómo reacciona la gente ante las opiniones de los demás y hasta qué punto están abiertos a escuchar y cambiar sus ideas.
- Mantenga el proceso sencillo y emocional, ya que es el momento en que las personas conectan a través de sus valores y sentimientos.
- Observe en qué se centra y qué detalles añaden valor al proceso.
- Para ahorrar tiempo, pida a los asistentes que se salten algunas intervenciones si se solapan con lo que ya se ha dicho.

Informe

- *¿Cómo se siente después de la sesión?*
- *¿Le parece útil como inicio de un proyecto? ¿En qué sentido?*
- *¿Cree que el representante de la empresa está más dispuesto a seguir participando en el proyecto? ¿Por qué es así? Si aún falta algo, ¿qué es?*
- *¿Qué aprendieron unos de otros?*
- *¿Hasta qué punto está dispuesto a probar cosas nuevas y a ser creativo y original en su próximo proyecto?*

4. Creación de una campaña de marketing digital: el siguiente nivel de comunicación con la vida real.

Tema

Creación de un escenario para la campaña de marketing digital con el fin de atraer la atención de la empresa y de todas las demás partes interesadas, como padres, niños, profesores, ONG, etc.

Título de la situación

Crear una campaña de marketing digital: el siguiente nivel de comunicación con la vida real

Descripción de la situación que debe abordarse

Basándose en el enunciado POR QUÉ, CÓMO, QUÉ que generó en el ejercicio anterior, ahora necesita crear algunos escenarios para vídeos (y un podcast o relato en imágenes). Has invitado a una agencia de marketing digital para que te ayude en esta tarea. Ellos crearán los vídeos para los distintos medios sociales y para dirigirse a las distintas partes interesadas, pero tú tienes que desarrollar los escenarios:

- Para Facebook y LinkedIn: para personas de la empresa.
- Instagram y Tik-Tok: para las generaciones más jóvenes, que ya trabajan en el negocio y seguirán incorporándose.

La idea de estos escenarios es mostrar al público cómo vives y aplicas a diario tu misión, valores, pasión, éxito, retos y el mensaje clave. También, presentar el futuro al que aspiras.

Como el contenido del vídeo debe ser breve y emotivo, utiliza diferentes personalidades (estudiantes, profesores, empresas), busca una historia que contar y crea unos cuantos escenarios, de 2-3 minutos como máximo cada uno.

Cada escenario debe presentar una idea central: un valor, una misión, un objetivo, un punto fuerte.

Descripción de los actores

- Jugador 1: Profesores
- Jugador 2: Estudiantes
- Jugador 3: Representantes de las empresas – directivos y RRHH
- Jugador 4: Orientador profesional

Cada uno de ellos representa su punto de vista y/o la organización para la que trabaja.

Materiales necesarios:

- Si está presente: papel y bolígrafos
- Si es en línea: plataforma que permite a todos los participantes compartir su opinión al mismo tiempo.

Consejos para observadores

- Utiliza el resultado del ejercicio anterior.
- Observe cómo se centra en el tema y en los detalles que añaden valor al proceso.
- Observe que todas las partes interesadas tengan el mismo tiempo, el mismo papel y mensajes claros.
- Observar todos los puntos de vista de los participantes para encontrar un punto de cruce y aportar el mensaje clave para la cooperación entre la educación y la empresa.
- Observa a todos los participantes para que sean activos y contribuyan a la conversación y al resultado.
- Observa la dinámica del grupo y apóyala si es necesario.
- Observa si el grupo está utilizando algunos métodos creativos de brainstorming, design thinking, mind mapping, brain writing, etc.



Erasmus+



AGORA4.0

Informe

- ¿Cómo se siente después de la sesión?
- ¿Considera útil disponer de mensajes contundentes que unan las opiniones y los problemas de todas las partes interesadas? ¿Cómo?
- ¿Qué le parece que todos los escenarios se basen en ejemplos de la vida real?
- ¿Qué aprendieron unos de otros?
- ¿Hasta qué punto está dispuesto a probar cosas nuevas y a ser creativo y creativo en su próximo proyecto?

5. "Formar a mi empleado arruinará mi Empresa..."

Tema

Desarrollo de la capacidad educativa

Título de la situación

"Formar a mi empleado arruinará mi Empresa..."

Descripción de la situación que debe abordarse

A veces, formar a los empleados puede resultar costoso. Por eso muchos directivos creen que está reservada a las grandes empresas. Sin embargo, todos los directivos deberían dedicar tiempo a fomentar el desarrollo de las capacidades de sus empleados, independientemente del tamaño de la empresa. Precisamente, hay varias formas ingeniosas de invertir en formación sin que le cueste una fortuna. También es una oportunidad perfecta para valorar el trabajo de sus empleados y estimular su motivación y compromiso.

Descripción de los actores

Se trata de una empresa pequeña con algunos jóvenes en prácticas y algunos empleados mayores.

- Jugador 1: El Sr. Mark es un empresario muy conservador. Piensa que dejar que sus empleados vayan a una formación cuesta mucho dinero porque los empleados estarán fuera de la empresa durante varios días y esto le va a arruinar.
- Jugador 2: La señora Olga quiere formarse en gestión. Ha visto una universidad abierta en línea que ofrece cursos gratuitos en línea. Los cursos se adaptan al temario, por lo que la Sra. Olga está muy contenta.
- Jugador 3: Un joven aprendiz en la empresa desde hace un par de días, capaz de proponer 100 de solución para organizar la formación dentro de la empresa.

- Jugador 4: El Sr. Jones, director de recursos humanos, es muy partidario de nuevos métodos para fomentar el aprendizaje en la empresa. Hará todo lo posible por encontrar una solución de cooperación con los jugadores 2 y 3, pero no quiere oponerse frontalmente a su jefe, el Sr. Mark (Jugador 1).

Objetivo: Los Jugadores 2, 3 y 4 tienen que utilizar los siguientes consejos para convencer al Jugador 1 de que encuentre una solución que satisfaga la necesidad del Jugador 2.

-Paso 1: Los jugadores 2, 3 y 4 tienen que enumerar todas las soluciones y argumentos de los Consejos.

-Paso 2: a continuación, los jugadores 2, 3 y 4 tienen que convencer al Role-Player1.

-Paso 3: debate global con todo el grupo: ver debrief.

Consejos: "6 formas de formar a tus empleados sin arruinarte" | Agendrix

Fuente : <https://www.agendrix.com/fr-fr/blogue/6-manieres-de-former-vos-salaries-sans-vous-ruiner>

(Nota: todo el contenido de los Consejos siguientes procede directamente de la fuente indicada anteriormente):

Cuidar a los empleados a veces puede resultar costoso. Por eso muchos directivos creen que está reservado a las grandes empresas. Sin embargo, todos los directivos deberían dedicar tiempo a fomentar el desarrollo de las capacidades de sus empleados, independientemente del tamaño de la empresa.

1. Cree una biblioteca Proponga a sus empleados que reúnan datos, artículos y contenidos en un único sitio web accesible a todos.

2. Anime a los empleados a autoformarse: Sugiera artículos, vídeos o podcasts interesantes para que sus empleados los consulten durante sus horas de trabajo. Anímales a dedicar unos minutos a la semana a repasar sus conocimientos.

3. Reembolse los gastos de formación: Si su presupuesto se lo permite, reembolse parte (o la totalidad) de los gastos de formación que sigan sus empleados en su tiempo libre.

4. Valore la tutoría: La tutoría es una forma sencilla de permitir que tus empleados crezcan. Empareje a personas con más experiencia con otras con menos experiencia para que puedan ayudarles profesionalmente (e incluso personalmente, quién sabe). Como extra, los vínculos entre los miembros de tu equipo.



5. Invite a conferenciantes: Un par de veces al año, invite a un experto a debatir un tema importante para su empresa y sus empleados. Puede hacerse durante las horas de trabajo o incluso en forma de actividad de equipo.

6. Crear herramientas de aprendizaje y ponerlas a disposición de forma continua y gratuita: La formación de los empleados debe ser continua. La mayoría de las empresas están en constante evolución y los cambios son frecuentes.

Consejos para observadores

Preguntas:

¿Enumerar los mejores argumentos?

¿Identificar la resistencia del jugador 1?

¿Cómo organizan su trabajo en colaboración los jugadores 2, 3 y 4?

Informe

- *¿Qué te ha parecido este juego de rol?*
- *¿Ha identificado algunos argumentos a favor o en contra?*

6. Aumentar la interactividad de la formación en la empresa

Tema

Desarrollo de la capacidad educativa

Título de la situación

Aumentar la interactividad de la formación en la empresa

Descripción de la situación que debe abordarse

La importancia de la tecnología digital en todas las esferas de la vida, tanto privada como profesional, está bien establecida. El aprendizaje permanente o la formación también pueden sacar partido de lo digital, especialmente para potenciar el aprendizaje presencial. En este juego de rol, proponemos a los formadores cuatro "nuevas formas de formación que podrían hacer más interactiva e innovadora su formación presencial y responder así a las expectativas de los empleados".

Descripción de los actores

Sois 4 formadores y tenéis que preparar una presentación antes de reunirlos con el responsable de investigación humana de una pequeña empresa especializada en catering.

Tu jefe te pide que cada uno de vosotros prepare una pequeña presentación de 2 a 3 minutos para proponer una "formación innovadora".

- Jugador 1: propondrá un "juego serio".
- Jugador 2: propondrá un aprendizaje móvil.
- Jugador 3: propondrá el aprendizaje social.
- Jugador 4: propondrá una formación o herramienta de realidad virtual o realidad aumentada.



Objetivo: Todos los jugadores tienen acceso a internet y tienen que preparar una presentación en PowerPoint (o Paperboard) y cualquier herramienta que consideren necesaria para hacer su presentación. Tienes 10 minutos para prepararte, hacer una búsqueda rápida en los recursos de Internet (consejos) y preparar tu discurso.

No dude en utilizar el siguiente recurso: "[3 consejos para aumentar la interactividad de la formación corporativa - Digiformag](https://www.digiformag.com/e-learning/3-astuces-pour-augmenter-linteractivite-des-formationen-en-entreprise/)"

Fuente : <https://www.digiformag.com/e-learning/3-astuces-pour-augmenter-linteractivite-des-formationen-en-entreprise/>

(Nota: todo el contenido de los siguientes recursos procede directamente de la fuente anterior):

La formación también puede sacar partido de lo digital, sobre todo para potenciar el aprendizaje presencial. He aquí algunas ideas para que su formación presencial sea más interactiva e innovadora:

Inspírese en el mundo de los videojuegos para evitar la formación presencial, a veces considerada aburrida, y mantener la atención de los alumnos y fomentar su compromiso y motivación, con "serious games": "juegos serios" que ponen su lado lúdico al servicio de una intención educativa, con simulaciones de entrevistas, repetición de comportamientos a adoptar, sensibilización sobre procedimientos de seguridad... Las posibilidades son infinitas.

Utilizar la "Realidad Virtual o Realidad Aumentada", que ofrece increíbles posibilidades para la formación. Y que representa un valor añadido para la empresa, especialmente para la formación en entornos desconocidos o difíciles de movilizar (máquinas en una fábrica, vehículos, etc.). En cuanto al alumno, puede enfrentarse a situaciones profesionales que difícilmente podría reproducir en condiciones reales, con una graduación personalizada de la dificultad de aprendizaje.

Desarrollar el "aprendizaje social", que consiste en aprender con los compañeros, durante debates en grupo cara a cara o en momentos informales (pausas para comer, etc.), pero también a través de la tecnología digital (correos electrónicos, redes sociales, etc.) utilizando redes sociales como Facebook o plataformas especializadas.

Explotar todas las posibilidades que ofrece el "mobile learning", que es una modalidad de aprendizaje mediante la cual el alumno aprende en un dispositivo móvil (tableta, smartpone), en diferentes contextos (o en vídeo y MP3/streaming).



Consejos para observadores

Enumera las 4 soluciones.

¿Cuál es el mejor para usted?

¿Cuál es la más difícil?

Informe

- *¿Qué te ha parecido este juego de rol?*

7. Convencer a una empresa para que cree oportunidades de empleo para profesionales formados a través de programas de EFP.

Tema

Oportunidades de absorción profesional en empresas para profesionales formados a través de programas de EFP.

Título de la situación

Convencer a una empresa para que cree oportunidades de empleo para profesionales formados a través de programas de EFP.

Descripción de la situación que debe abordarse

Estamos en la sala de conferencias de una empresa de contabilidad. A la reunión asisten dos formadores de FP, el director del departamento de RRHH y el director general. El tema de la reunión es ofrecer oportunidades laborales a los empleados formados a través de programas de EFP y destacar la necesidad de promover la EFP como la mejor forma de formación en el mercado laboral. Los profesionales que han recibido formación a través de programas de EFP se consideran adecuados para trabajar en el departamento de personal por varias razones. Algunas de las razones por las que estos profesionales se consideran adecuados para trabajar como empleados del Departamento de Recursos Humanos son los conocimientos especializados, la experiencia que han adquirido en el contexto de su formación práctica, la flexibilidad y la confianza en sí mismos que han adquirido gracias a su formación. Estos argumentos, combinados con los relativos a la necesidad de apoyar la formación de FP a través del sector privado, serán los principales objetivos de los formadores de FP. Por parte de la empresa, se expresarán objeciones y preocupaciones sobre la cuestión anterior.

Descripción de los actores

Jugadores de rol:

- Profesor de FP 1: El primer formador de FP es un psicólogo profesional de 45 años, con un máster en psicología organizativa. También ha recibido formación complementaria en educación de adultos y lleva más de 10 años trabajando en este campo. En cuanto a su situación familiar, está casado y tiene dos hijos. Tiene varios intereses, como escribir artículos científicos sobre psicología, leer libros y practicar deportes, especialmente baloncesto. El instructor es responsable, organizado y tiene excelentes habilidades de comunicación. Su visión de ofrecer oportunidades de formación para todos y su motivación por el desarrollo continuo le llevaron a dedicarse a la educación de adultos y a tener éxito en este campo. Durante el debate, el instructor argumentará a favor de la formación a través de programas de EFP y expondrá la importancia de promoverla en el sector empresarial. La formación a través de programas de EFP tiene muchas ventajas para los alumnos, ya que combina la adquisición de conocimientos académicos y el desarrollo de habilidades prácticas, que son esenciales en el mercado laboral moderno.
- Profesora de FP 2: La segunda formadora de FP es una mujer de 37 años que ha terminado sus estudios universitarios en antropología social y su máster en "Educación y Derechos Humanos". Es educadora de adultos cualificada y ha realizado numerosos cursos de formación en los últimos 6 años. En su trabajo, es metódica, organizativa y comunicativa. En cuanto a su situación familiar, aún no está casada. En su tiempo libre, se dedica a actividades como la pintura, el teatro, la jardinería y la cocina. Durante el debate, indicará las competencias básicas obtenidas por los profesionales a través de su formación en programas de EFP y destacará su valor en el mercado laboral moderno. Es esencial que las personas que han recibido esta formación hayan adquirido competencias importantes en una materia específica y hayan tenido la oportunidad de desarrollar su talento en este campo. Son individuos con pasión e ideas que, al transferir su experiencia a la empresa, aportarán cambios significativos.

- **Directora de RRHH:** La responsable de RRHH es una mujer de 38 años, licenciada en Económicas y con un máster en Liderazgo y Desarrollo Empresarial y Gestión de Recursos Humanos. Entre sus principales aptitudes destacan la inventiva, la flexibilidad y una excelente gestión del tiempo. Está casada desde hace 4 años y entre sus aficiones figuran los deportes, las excursiones por la naturaleza y los viajes. Desde su punto de vista, habrá dudas sobre la idoneidad de estas personas debido a la formación especializada y quizá unilateral que han recibido. En su opinión, la adaptación de estos profesionales puede resultar difícil dado que han recibido formación sobre un tema específico y pueden no ser receptivos a la adopción de nuevas prácticas.
- **Director General:** El Director General es un hombre de 58 años con estudios en Ciencias Económicas y un máster en Dirección de Empresas. A través de la formación continua, ha adquirido habilidades de investigación y comunicación. Sus habilidades profesionales personales incluyen la negociación, el liderazgo, la determinación y la integridad. Durante la conversación, expresará sus dudas sobre las capacidades de las personas formadas a través de programas de EFP y mostrará su preferencia por el aprendizaje formal y la educación clásica.

Consejos para observadores

Elementos que deben tenerse en cuenta para la observación.

- **Tono de voz:** Los formadores de EFP ofrecerán argumentos basados en pruebas tanto sobre la idoneidad de los profesionales formados a través de programas de EFP como sobre la necesidad de promover este tipo de formación en el mercado laboral. Su tono de voz será tranquilo y seguro, dado que se basan, como se ha dicho, en pruebas investigadas y contrastadas.
- **Postura corporal:** Indica en gran medida cómo piensa y se siente cada participante en la reunión. Hay que prestar atención a que las personas se pongan erguidas y mantengan el contacto visual como signo de confianza y seguridad en sí mismas.
- **Argumentación:** Sería importante que el público observara la capacidad de pensamiento y razonamiento de ambas partes. Si hay alguna confusión o incapacidad para responder, ya sea por parte de los formadores o por parte de la empresa, debe señalarse.



- **Expresiones faciales:** Es importante observar las expresiones faciales de los participantes en la discusión, ya que revelan muchas emociones. Por ejemplo, el movimiento de los párpados indica sentimientos de sorpresa y enfado, mientras que los ojos indican, según el caso, sentimientos de frustración, alegría o desprecio.
- **Capacidad de comunicación:** Se trata de comprender los sentimientos y las intenciones que hay detrás de la información. Además de la transmisión clara del mensaje, es importante escuchar con atención y mostrar comprensión hacia el interlocutor. El respeto mutuo debe ser un requisito previo para la discusión.

Informe

- *¿Cómo se sintió durante el juego de rol?*
- *¿En qué estabas pensando durante la discusión?*
- *¿En qué medida cree que los participantes utilizaron sus puntos fuertes durante el debate?*
- *¿Cuáles fueron los argumentos más importantes de cada bando? ¿Cuáles fueron los comportamientos más importantes?*
- *¿Qué dificultades han podido encontrar los participantes? ¿Cómo cree que pueden superarlas?*
- *¿Cuál era, en tu opinión, el objetivo de esta actividad vivencial? ¿Qué recordarás de esta actividad?*

8. Las empresas y los servicios de formación profesional pueden colaborar para mejorar la eficacia y la salud mental de los trabajadores.

Tema

Establecer programas de EFP con el objetivo de formar y cualificar a los empleados.

Título de la situación

Las empresas y los servicios de formación profesional pueden colaborar para mejorar la eficacia y la salud mental de los trabajadores.

Descripción de la situación que debe abordarse

Estamos en la sala de conferencias de una empresa de alimentación y bebidas. El debate que vamos a mantener se refiere a la integración de programas de EFP en el plan de la empresa con vistas a una mayor formación de los empleados. La principal ventaja del proceso será aumentar el rendimiento y la competitividad de la empresa. Los programas de formación propuestos se centrarán en la capacidad de gestionar conflictos en el lugar de trabajo y de desarrollar las habilidades escritas y comunicativas de los empleados. La formación de los empleados se llevará a cabo mediante la cooperación de la empresa con organizaciones activas en la educación de adultos con el objetivo de crear el programa adecuado a las necesidades de la empresa. El proceso de formación propuesto por el consultor de formación incluirá actividades experienciales dirigidas a la adquisición de habilidades y cursos sobre temas relevantes. La Educación y Formación Profesional (EFP) es parte integrante de los sistemas de aprendizaje permanente, que proporcionan a los individuos los conocimientos, habilidades y competencias que necesitan en el sector profesional y en el mercado laboral en general. La EFP se considera un medio adecuado para desarrollar la empleabilidad de la mano de obra a fin de que pueda responder adecuadamente a un mercado laboral en constante evolución.

Descripción de los actores

Jugadores de rol:

- **Asesor de Educación y Formación Profesional:** es un hombre de 39 años que, tras finalizar sus estudios de Antropología Social, se especializó en educación de adultos, sobre todo en el campo de la economía y la empresa. Actualmente trabaja en una organización dedicada a la creación de programas de EFP y entre sus principales características destacan la determinación, la responsabilidad y la pasión por el proceso educativo. Su visión es ofrecer a los adultos oportunidades de desarrollo personal y profesional continuo. En cuanto a su vida personal, está casado, tiene un hijo de 5 años y le gustan las actividades al aire libre, la pesca y la natación.
- **Formadora de educación y formación profesional:** Esta formadora de 28 años ha terminado sus estudios de psicología y está haciendo un máster en psicología de la educación. También es educadora de adultos titulada y lleva 5 años trabajando en el campo de la EFP. Debido a su corta edad, tiene una gran pasión, entusiasmo y amor por su trabajo. Es muy dedicada y respetuosa con sus alumnos. Su visión es integrar el sector de la EFP en las empresas como requisito clave para aumentar la eficiencia de la empresa y proteger la salud mental de los empleados, que recibirán formación en habilidades importantes para fomentar la confianza en sí mismos y la resiliencia mental.
- **Director de RRHH de la empresa:** este hombre de 40 años ha terminado sus estudios de Administración de Empresas y ha realizado un posgrado en gestión de recursos humanos y consultoría organizativa. Lleva 12 años trabajando en la empresa de alimentación y bebidas. Sus principales bazas son una excelente capacidad de resolución de problemas, toma de decisiones, organización y observación. Su principal objetivo es estar en contacto con los empleados, comunicarse eficazmente y explorar sus necesidades para garantizar su buen rendimiento en la empresa. En la conversación está dispuesto a aprender más información sobre los programas de FP y sus beneficios para el buen funcionamiento de la empresa. En cuanto a su vida personal, está casado, tiene 3 hijos y le gustan especialmente los deportes y la jardinería.

Consejos para observadores

- **Habilidades comunicativas:** La comunicación eficaz requiere ser claro y completo en lo que se intenta expresar. Ser un comunicador eficaz en el ámbito profesional implica intercambiar información con claridad, empatía y comprensión. Sería bueno que la audiencia observara las habilidades comunicativas de cada miembro del debate.
- **Postura corporal:** la postura corporal revela mucho sobre cómo se siente y piensa cada orador. Es importante que el público observe a los interlocutores e intente comprender si se sienten seguros, confiados en sí mismos, o se enfrentan a dificultades e inseguridades. Incluso pueden reconocer si están de acuerdo o en desacuerdo con lo que dice el otro orador.
- **Tono de voz:** Otro punto clave de observación es el tono de voz de los oradores. Dado que normalmente las personas que se sienten inseguras o temerosas tienden a hablar en voz baja y las que se sienten seguras y fuertes suelen hablar alto y claro, hay varios puntos que observar durante el debate.
- **Argumentación:** Es importante que los observadores evalúen la fuerza y persuasión de los argumentos. Un diálogo constructivo requiere el respeto mutuo de ambas partes, al tiempo que los individuos deben responder con argumentos, sin ataques personales. En otras palabras, es importante observar si los individuos están dispuestos a escucharse mutuamente de manera significativa, sin rechazar de plano las posiciones contrarias.

Informe

- *¿Cuáles cree que fueron los elementos más fuertes de la actividad?*
- *¿Cómo se sintió durante el juego de rol?*
- *¿Cuál crees que era el objetivo de la actividad? ¿Tuvo sentido para ti?*
- *¿Qué harías diferente durante la conversación?*
- *¿Qué nos podemos llevar para la próxima vez?*

9. El papel de la Cámara de Comercio en la vinculación de la oferta y la demanda de profesionales cualificados en la industria manufacturera

Tema

Liderazgo y trabajo en red

Título de la situación

El papel de la Cámara de Comercio en la vinculación de la oferta y la demanda de profesionales cualificados en la industria manufacturera

Descripción de la situación que debe abordarse

Hay un director general de una empresa manufacturera de tamaño medio situada en una pequeña ciudad de una zona rural. Su empresa está especializada en la producción de piezas metálicas de precisión para aplicaciones aeroespaciales y de defensa. La empresa lleva 10 años en este sector y se ha labrado una reputación internacional por su calidad y fiabilidad.

Recientemente, la Cámara de Comercio local, interesada en promover el crecimiento del sector aeroespacial y de defensa en la región, se ha puesto en contacto con el director general. La Cámara ha propuesto una iniciativa de colaboración que implicaría asociarse con proveedores e instituciones locales de EFP para desarrollar programas de formación que preparen a los estudiantes para carreras en la industria aeroespacial y de defensa.

La idea resulta muy intrigante y el director general acepta participar en una reunión con otros líderes empresariales locales, representantes de la Cámara de Comercio y representantes de instituciones y proveedores de EFP.

En este escenario, el director general de una empresa manufacturera colabora con las partes interesadas locales y los proveedores de EFP para promover el crecimiento del sector aeroespacial y de defensa en la región. Trabajando juntos, podrían desarrollar programas de formación que preparen a los estudiantes para carreras en esta industria, identificar las habilidades y competencias más demandadas y crear oportunidades de experiencia en el mundo real a través de prácticas y aprendizajes. Esta colaboración fortalece el sistema local de mano de obra y fomenta el crecimiento económico, beneficiando a todos los implicados.

Descripción de los actores

- Directora general de la empresa de fabricación: tiene 49 años, está casada y es madre de dos niñas. Es licenciada en Ingeniería Aeroespacial y tiene un máster en Gestión y un doctorado en Nanofabricación. Empezó su empresa como start-up y ahora dirige a más de 70 empleados. Le encanta estar siempre al día de todo lo relacionado con ideas innovadoras y desarrollo.
- Representante de la Cámara de Comercio: Es un hombre de 40 años que trabaja en la Cámara de Comercio desde hace más de 10 años. Su principal campo de acción es comprobar las oportunidades de financiación para las empresas y las nuevas empresas a varios niveles (regional, nacional, etc.), pero desde 2020 y después de los desafíos planteados por la emergencia de Covid-19 en términos de producción y fabricación, comenzó a prestar un servicio a las empresas interesadas que facilitan la correspondencia entre las empresas que buscan mano de obra cualificada y las instituciones de EFP en la región.
- Representante del proveedor de FP: es un hombre de 45 años, profesor de mecánica en uno de los centros de FP de la zona. Desde que empezó a trabajar en el centro de FP siempre ha participado en el Comité del centro para la creación de nuevos planes de estudios en el ámbito de los programas de FP impartidos para proporcionar a los estudiantes de FP las nuevas habilidades y competencias que exige el mercado laboral.
- Otro empresario: es un hombre, representante de una empresa local especializada en la fabricación para diversos sectores. En su empresa siempre reinventan la producción en función de las necesidades del polo industrial local y de los pedidos que reciben. También emplean a becarios y aprendices que aportarán a los estudiantes experiencias del mundo real.

Consejos para observadores

Es importante darse cuenta:

- Argumentación de cada uno de los jugadores: cómo exponen sus argumentos e ideas.

- Gestos: expresiones faciales, lenguaje corporal y todas las demás acciones físicas que transmiten los pensamientos, emociones o reacciones de una persona ante lo que está presenciando.
- Tono de voz: puede transmitir una serie de emociones, actitudes e intenciones, y es un aspecto importante de la comunicación eficaz. Hay que prestar atención al tono de voz, el volumen, el tiempo y la inflexión.
- Disponibilidad para descubrir nuevos enfoques y vías - Implica ser receptivo a nueva información, asumir riesgos y cuestionar supuestos para encontrar soluciones innovadoras a los problemas.
- Dinámica de equipo: prestar atención a las interacciones sociales, los patrones de comunicación y la dinámica de poder que se producen durante un evento o reunión de networking. Esto ayudará a los individuos a entender las normas y expectativas del grupo y a navegar por la dinámica social de forma productiva y eficaz.

Informe

- En su opinión, ¿se han alcanzado los objetivos de la actividad?
 - ¿Cuáles fueron los puntos fuertes y débiles de la dinámica de grupo, qué funcionó bien y qué podría mejorarse?
 - ¿Cuáles fueron los aspectos más desafiantes o inesperados de la dinámica de grupo?
 - ¿Qué aprendió de esta experiencia y cómo puede aplicarla en el futuro?
 - ¿Cómo ha funcionado el grupo?

¿Ha habido problemas de comunicación o colaboración?

- ¿Cuáles fueron las reacciones y comentarios de los demás participantes?



10. Entendimiento: ordenar y reunir las necesidades del sector turístico

Tema

Liderazgo y trabajo en red

Título de la situación

Comprender: ordenar y reunir las necesidades del sector turístico

Descripción de la situación que debe abordarse

Se ha organizado una reunión entre representantes de distintos sectores para debatir cómo crear colaboraciones que mejoren los sistemas de mano de obra locales, regionales o nacionales y fomenten la expansión del sector turístico. El objetivo de la reunión es identificar áreas en las que los sectores puedan colaborar para crear nuevas oportunidades de empleo y crecimiento económico. La reunión se celebra en una ciudad de tamaño medio situada en una región costera. La ciudad es conocida por sus playas y otros atractivos naturales, así como por su patrimonio cultural. Sin embargo, la economía de la ciudad ha atravesado dificultades en los últimos años, y preocupan los altos niveles de desempleo, sobre todo entre los jóvenes. El gobierno local ha identificado el turismo como un sector clave para el crecimiento económico y la creación de empleo, pero también hay preocupación por la sostenibilidad y el impacto del turismo en el medio ambiente y las comunidades locales.

La reunión ha sido organizada por una asociación empresarial local que representa al sector turístico, en colaboración con el gobierno local y una organización regional del sector de la EFP. El objetivo de la reunión es reunir a representantes de diferentes sectores para explorar cómo pueden trabajar juntos para promover la expansión del sector turístico y, al mismo tiempo, abordar las preocupaciones sobre la sostenibilidad y la inclusión social. La reunión consistirá en una combinación de presentaciones, debates en pequeños grupos y sesiones plenarias. Los organizadores esperan que de la reunión surjan propuestas concretas de colaboración y nuevas iniciativas que puedan aplicarse en la región.

Descripción de los actores

- Representante empresarial – Es un hombre local de 39 años, licenciado en Económicas y activo en el sector de I+D. Representa los intereses del sector privado, en particular los de la industria turística. Se centra en identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo que beneficien a su empresa y a la comunidad en general.
- Representante de las partes interesadas – Es un hombre de 50 años experto en el desarrollo de la comunidad local. Lleva 30 años viviendo en la comunidad local y se centra en identificar formas en las que la colaboración pueda beneficiar a la comunidad en general, especialmente a aquellos que pueden haber estado históricamente en desventaja.
- Directora de centro de FP – Es una mujer de 55 años y también es activa en el ámbito del reconocimiento de nuevas competencias y habilidades a varios niveles y en el seno de varias autoridades. Representa los intereses del sector de la EFP, así como las necesidades del sector en continuo desarrollo. Está muy centrada en identificar formas en las que la colaboración pueda utilizarse para mejorar las competencias y los conocimientos de la mano de obra local.
- Representante del Gobierno – Es una mujer de 38 años que forma parte del Departamento de "Zonas educativas rurales y remotas" del Ministerio de Educación e Investigación. Representa los intereses del gobierno local. Está muy centrada en identificar formas en las que la colaboración pueda servir para alcanzar los objetivos de desarrollo económico y social de la región, así como en escuchar las necesidades locales destacadas.

Consejos para observadores

Es importante:

– Observe cómo interactúan entre sí los diferentes Jugadores. ¿Son capaces de colaborar e identificar puntos en común, o hay diferencias significativas que deben abordarse?

– Presta atención a las ideas y propuestas presentadas por cada uno de los jugadores. ¿Parecen prácticas y viables, o son demasiado ambiciosas o poco realistas?

- Busque signos de compromiso y negociación. ¿Los diferentes actores son capaces de encontrar un término medio que satisfaga a todos, o hay áreas significativas de desacuerdo?
- Busca el desarrollo de los personajes: A medida que avanza el juego de rol, los personajes pueden sufrir cambios y desarrollarse de forma inesperada. Presta atención a cómo interactúan los personajes entre sí y cómo influyen sus acciones y decisiones en la dinámica.
- Toma nota del conflicto y la tensión eventuales: El conflicto y la tensión son aspectos importantes de un juego de rol, ya que pueden revelar mucho sobre los personajes y sus motivaciones. Presta atención a cómo surgen los conflictos y cómo se resuelven, así como a la forma en que la tensión aumenta y se disipa.

Informe

- *¿Cuáles fueron algunas de las ideas y propuestas clave presentadas por cada uno de los jugadores?*
- *¿Hubo desacuerdos o conflictos importantes? En caso afirmativo, ¿cómo se resolvieron?*
- *¿Hasta qué punto fueron eficaces los jugadores a la hora de trabajar en colaboración e identificar puntos en común?*
- *¿Cuáles pueden ser los próximos pasos de la colaboración y cómo pueden seguir colaborando los distintos agentes para alcanzar sus objetivos?*
- *¿Cómo puede mantenerse la colaboración a largo plazo y cuáles son los posibles retos que pueden surgir en el futuro?*

11. Organización de un acto promocional de puertas abiertas

Tema

Organizar campañas de promoción de la EFP

Título de la situación

Organización de un acto promocional de puertas abiertas

Descripción de la situación que debe abordarse

El Centro de Formación Kamalini organiza un acto de puertas abiertas para promocionar el Centro de Formación entre la población de su entorno.

Kamalini ofrece cursos cortos de FP, como informática, dependienta de comercio minorista, etc., a mujeres inmigrantes para aumentar sus posibilidades de empleo. Empezó hace 5 años y está situado en un barrio periférico de Madrid, España, donde viven muchas mujeres jóvenes inmigrantes. Kamalini es una especie de centro de formación de tamaño medio que tiene capacidad para formar a 100 mujeres a la vez, y siempre ha funcionado casi al máximo de su capacidad. Pero tras la pandemia del Covid 19, el número de alumnas ha disminuido a un 70% de su capacidad. Hasta la fecha, todas las clases han sido presenciales.

El Director de Kamalini ha convocado una reunión con 2 de los formadores más experimentados, el responsable financiero y un administrativo para organizar el evento promocional de puertas abiertas, que se supone será entre los meses de mayo o junio de 2023, es decir, en 3 meses desde la reunión que acaba de convocar el Director.

El juego de rol tiene lugar como si fuera esta reunión.

Descripción de los actores

- Directora: Blanca es la Directora y una de las fundadoras del Centro de Formación Kamalini. Tiene unos 50 años y es una persona muy resolutiva y orientada a los resultados. Le preocupa la disminución del número de alumnos y sabe que algo ha cambiado durante la pandemia. Es una persona abierta y le gusta estar al día de todas las nuevas metodologías educativas.
- Formadora 1: Viviana, de 34 años, es la formadora de Informática. Tiene mucha experiencia en su trabajo y una buena conexión con sus alumnos. Está en contacto con los empresarios de la zona y conoce todas las necesidades que tienen en materia de informática básica. En ocasiones anteriores ha sugerido que Kamalini también podría impartir clases en línea o híbridas a los alumnos. Blanca está abierta a esta posibilidad y esta reunión es una buena oportunidad para avanzar en el debate.
- Formadora 2: Carolina, de 32 años, es formadora de dependientes de comercio minorista. Le encanta su trabajo y está en contacto con muchos propietarios de tiendas para conocer sus necesidades y recibir información de los empresarios. Es una persona muy alegre y le gusta mucho hablar. Quiere hacer un gran evento (también con un gran presupuesto).
- Responsable financiero: John, de 33 años, es el responsable de las finanzas. Sabe perfectamente que, aunque los números están en verde, se ha producido un descenso importante en el beneficio y esto hay que arreglarlo, de lo contrario el centro de formación no podrá hacer frente a ningún imprevisto ni realizar inversiones.
- Personal administrativo: Gloria, de 46 años, es una mujer muy amable, todo el mundo la quiere, siempre está dispuesta a ayudar a todo el mundo y a resolver cualquier problema. Es muy eficiente en su trabajo y es la mano derecha de la Directora. A Blanca le gusta hacerla participar en todas las reuniones, porque, aunque no es especialista en los temas, tiene mucho sentido común y siempre señala cuestiones muy prácticas que nadie ve.

Tips for observers

- Observa la forma en que los jugadores exponen sus opiniones.
- Observa si los jugadores escuchan lo que dicen los demás o se limitan a decir su opinión sin contar con las palabras anteriores de los demás.



Erasmus+



AGORA4.0

- Observa los gestos y las caras, sobre todo cuando las opiniones del que habla son diferentes a las de los que escuchan.
- Observa si se aborda el tema principal de la reunión o si hay otros temas importantes que requieren atención urgente.
- Observe si el tema se trata con suficiente detalle o si la discusión es demasiado general y se pasan por alto muchas cuestiones importantes.

Informe

- *¿Cuál fue la sensación general de la reunión: sintió colaboración y compromiso por parte de los formadores y el personal?*
- *¿Cree que se resolvió el tema principal de la reunión y se llegó a las conclusiones y al plan de acción adecuados?*
- *¿Hubo alguna idea o forma innovadora de abordar los distintos temas y cuestiones?*
- *¿Cómo habrías manejado la discusión o las tensiones, si las hubiera?*

12. Enciende tu futuro: Explora la Educación y Formación Profesionales (EFP)

Tema

6. Organizar campañas de promoción de la EFP

Título de la situación

Enciende tu futuro: Explora la Educación y Formación Profesionales (EFP)

Descripción de la situación que debe abordarse

Sois un equipo de defensores de la EFP encargado de promover las ventajas y oportunidades de la EFP entre un público diverso, que incluye estudiantes de secundaria, padres y empresas locales. Su objetivo es concienciar sobre el valor de la EFP a la hora de proporcionar habilidades prácticas, trayectorias profesionales y contribuir a la economía local.

La campaña se llevará a cabo en un salón comunitario, con un escenario para la presentación, cabinas informativas y expositores en los que se mostrarán diversos programas de formación profesional.

Esta campaña de juegos de rol está diseñada para captar la atención del público, abordar sus preocupaciones y mostrar los beneficios prácticos de la Formación Profesional, destacando su importancia para crear una mano de obra cualificada, apoyar a las empresas locales y ofrecer a las personas valiosas oportunidades profesionales.

El juego de rol tiene lugar durante la realización del acto promocional de EFP y puede estructurarse de la siguiente manera:

1. Introducción del ponente principal
2. Perspectiva de los estudiantes de secundaria
3. Preocupaciones de los padres
4. Preocupaciones de los padres abordadas por el presentador principal
5. Beneficios para las empresas locales

6. Sesión de preguntas y respuestas en la que el público tiene la oportunidad de formular preguntas al panel, aclarando dudas sobre los programas de EFP, los procesos de solicitud, la ayuda financiera y las perspectivas de empleo.
7. Cabinas interactivas: Tras la presentación, los asistentes pueden visitar stands informativos para obtener más información sobre programas específicos de EFP, interactuar con instructores e incluso participar en actividades prácticas relacionadas con distintos campos profesionales.
8. Trabajo en red: Se anima a los asistentes a crear redes, intercambiar información de contacto y explorar posibles colaboraciones entre estudiantes, padres, empresas locales y la institución de EFP.
9. 9. Conclusión: El presentador principal concluye la campaña, reitera las ventajas de la EFP y proporciona información sobre cómo mantenerse conectado para futuras actualizaciones y oportunidades de inscripción.

Descripción de los actores

- Presentador principal: Representa al centro de FP y dirige la presentación de la campaña. Su función es dar la bienvenida al público, presentar el tema de la campaña y explicar la importancia de la EFP en el mundo actual. Hace hincapié en las habilidades prácticas, las oportunidades profesionales y la demanda de la industria.
- Estudiante de secundaria: Representa el público objetivo de los estudiantes potenciales de EFP. El estudiante de secundaria comparte su experiencia personal con la EFP. Habla de cómo encontró su pasión, adquirió habilidades prácticas y destaca las historias de éxito de sus compañeros que eligieron la EFP.
- Padres: Representa a un padre preocupado por el futuro de la educación de su hijo. El padre se pregunta si la EFP es una vía educativa legítima que puede conducir a carreras estables, al crecimiento personal y a posibles vías de educación superior.
- Empresario local: Representa a un empresario local que busca mano de obra cualificada y desarrollo comunitario. Explica las ventajas de contratar a titulados de FP: empleados cualificados y preparados para el empleo que pueden contribuir a la economía local. Analiza las posibles asociaciones entre el centro de FP y las empresas locales para la realización de prácticas, el aprendizaje y la colocación en puestos de trabajo.



Consejos para observadores

- Observa la forma en que los jugadores interpretan sus papeles y exponen sus opiniones.
- Observe cómo se abordan las preocupaciones de los padres.
- Observa si los jugadores escuchan lo que dicen los demás o se limitan a decir su opinión sin contar con las palabras anteriores de los demás.
- Observa los gestos y las caras, sobre todo cuando las opiniones del que habla son diferentes a las de los que escuchan.
- Observa si se aborda el tema principal de la reunión o si hay otros temas importantes que requieren atención urgente.

Informe

- ¿Cuál fue la sensación general del acto promocional: sintió que se abordaron las preocupaciones de los padres y de las empresas locales?
- ¿Cree que hubo suficiente trabajo en red?
- ¿Hubo alguna idea o forma innovadora de abordar los distintos temas y cuestiones?
- ¿Cree que el ponente principal ha sido realista a la hora de promover la EFP?