

**Cómo podemos hacer una mejor  
orientación online a los jóvenes?**



## **ASPECTOS CLAVE Y PROPUESTAS METODOLÓGICAS**

IMPULSA:



EN CONVENI AMB



AMB EL SUPORT DE



## **Presentación.**

El pasado 15 de junio del 2012, se realizó uno de los Encuentros de Informadores juveniles, orientadores laborales y insertores laborales de la Comarca del Barcelonès que desde la Oficina de Juventud del Consell Comarcal del Barcelonès convocamos para ofrecer un espacio de encuentro y diálogo entre los profesionales que trabajan con los jóvenes en este ámbito.

Más de 35 profesionales de los 5 municipios de la comarca (Badalona, Barcelona, L'Hospitalet, Santa Coloma de Gramenet y Sant Adrià de Besòs) trabajaron conjuntamente durante este encuentro con el objetivo de definir entre todos cómo hacer una mejor orientación on-line a los jóvenes. La **orientación online** se perfila como una herramienta emergente para la orientación laboral que hay que aprovechar. La orientación a través del correo electrónico o vía otros medios, se ha convertido en un medio por el cual muchos jóvenes buscan respuestas a sus dudas y es por eso que los profesionales tenemos que conocer y poder aprovechar correctamente este medio.

El objetivo final de una orientación tiene que ser ayudar al joven en la toma de sus propias decisiones, teniendo siempre presente las expectativas generadas cuando el joven se acerca a nuestro servicio para orientarse. Además, su nivel de satisfacción obtenido y la calidad de la respuesta hacen que nuestro servicio sea útil al joven, creando así una fidelización para futuras demandas y necesidades del joven.

Durante el encuentro trabajó en grupos. Este espacio de debate y reflexión posibilitó que el personal técnico asistente trabajara sobre las claves de una buena orientación on-line. El objetivo del encuentro ha sido crear un sistema global para los orientadores para que puedan disponer de un método integral e ideas clave, que reúna todas las etapas que un orientador tiene que poner en práctica al resolver una consulta que recibe del joven vía on-line.

La metodología de trabajo de los grupos fue participativa, con un guión preestablecido, donde en grupos de 7-8 personas se daban entre todos ideas y respuestas a un cuestionario, después se puso en común todas estas aportaciones. Este documento es el fruto de esta reflexión grupal pionera en este campo, dado que nunca un grupo de orientadores habían hecho esta reflexión, estamos convencidos que ayudará a otros orientadores en su tarea de ayudar y orientar al joven.

**Barcelona, 21 de junio de 2012**

pmartin@barcelones.cat

**Pedro Martín Cumplido**

Responsable Oficina de Juventud  
Consell Comarcal del Barcelonès

## 1. CONTEXTO DEL SERVICIO ON-LINE

	ASPECTOS POSITIVOS VENTAJAS	ASPECTOS NEGATIVOS INCONVENIENTES
<b>PARA EL JOVEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Accesibilidad y usabilidad para los jóvenes.</li> <li>-Utilización de multitud de recursos que facilitan la comprensión.</li> <li>-Anonimato.</li> <li>-Podemos atender usuarios que tienen dificultades para venir presencialmente. Es mucho más fácil desde casa.</li> <li>-Podemos atender usuarios que quizás de forma presencial no harían la consulta.</li> <li>-Podemos facilitar más recursos al joven. (Vídeos, materiales...).</li> <li>-Podemos preguntar desde cualquier sitio en cualquier momento.</li> <li>-Tener la respuesta por escrito.</li> <li>-Confidencialidad.</li> <li>-Acceso del joven inmediato y adaptado a la realidad actual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Riesgo que se incremente el aislamiento comunitario.</li> <li>-Falta de seguimiento.</li> <li>-No hay de feed back y pérdida del vínculo.</li> <li>-Problemas de comprensión.</li> <li>-Brecha digital en determinados casos. No todos son nativos digitales.</li> <li>-Puede generar dependencia con el orientador.</li> <li>-Falta de motivación por parte del joven a moverse. Cierta sensación que algunos jóvenes les cuesta moverse o hacer autocandidaturas.</li> <li>-La respuesta no es inmediata.</li> <li>-Falta de claridad cuando hacen las preguntas.</li> <li>-Tienen dificultad para redactar las preguntas.</li> <li>-Dificultad de plasmar la pregunta que se tiene, dificultad de expresión al escribirla.</li> <li>-Dificultad de crear feed-back.</li> <li>-Es lento.</li> </ul>
<b>PARA EL ASESOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Eficiencia en la intervención por parte del profesional.</li> <li>-Más flexibilidad para responder.</li> <li>-Reducción de los factores discriminatorios y perjudiciales.</li> <li>-Buena alternativa para difundir el servicio y dirigirlo a nuevos públicos.</li> <li>-Se puede responder todo lo que el usuario demanda de forma ágil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No hay feedback.</li> <li>-Pérdida de información relevante para realizar la orientación.</li> <li>-La respuesta no siempre puede ser al momento.</li> <li>-Para poder dar respuesta no siempre disponemos de toda la información necesaria.</li> <li>-Pérdida de los elementos comunicativos (verbales y no verbales).</li> <li>-Faltan datos para realizar la evaluación del</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>-Su puede responder más cantidad de consultas y se puede dedicar más tiempo a la búsqueda de la respuesta de cada usuario.</li><li>-Se pueden aprovechar respuestas tipo.</li><li>-Tiempo para preparar las respuestas y para buscar la información.</li><li>-Fidelización.</li><li>-Publicidad.</li><li>-Más personas y menos tiempo.</li><li>-Buena herramienta para iniciar asesoramientos presenciales posteriores.</li><li>-Flexibilidad horaria y ahorro de tiempo.</li><li>-Facilita el acceso con los jóvenes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>servicio ofrecido.</li><li>-Hay que generar independencia/emancipación para que los jóvenes tomen sus propias decisiones y no genere dependencia con el orientador.</li><li>-Hay que tener una clara difusión de los servicios de orientación on-line. Hay que realizar una buena visibilidad de los servicios para llegar a los jóvenes.</li><li>-La respuesta puede provocar confusiones si no es bastante clara.</li><li>-Si se tienen más dudas no se pueden hacer más preguntas.</li><li>-Dificultad de acotar respuestas.</li><li>-Dificultad de explicarse con claridad.</li><li>-Dificultad de sintetizar.</li><li>-No se conoce al joven.</li><li>-Difícil detección de las necesidades reales.</li><li>-La orientación puede ser más superflua.</li></ul>
--	--	---

## 2. QUÉ CANALES DE COMUNICACIÓN ON-LINE?

	ASPECTOS POSITIVOS VENTAJAS	ASPECTOS NEGATIVOS INCONVENIENTES
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inmediatez y rapidez.</li> <li>-Privacidad</li> <li>-Medio muy usado por el target</li> <li>-Agilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pérdida de información relevante.</li> <li>-Dificultad de concreción.</li> <li>-Para los profesionales, dificultad de justificar el trabajo hecho.</li> <li>-No sabes si puedes responder las expectativas del joven.</li> <li>-Dificultad de recoger los datos personales, tanto para conocer al propio joven cómo para definir perfiles de usuarios y realizar informes estadísticos.</li> <li>-E-mails con una demanda confusa.</li> <li>-Se acumula el trabajo.</li> </ul>
<b>FORMULARIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Posibilidad de marcar campos de respuesta obligatoria y compilación de datos relevantes.</li> <li>-Disponibilidad de datos para hacer la explotación estadística.</li> <li>-Ayudan a formular perfiles de usuarios y a definir estrategias de comunicación y marketing directo.</li> <li>-Concreción de la demanda expresada.</li> <li>-Práctico.</li> <li>-Más información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Problemas para gestionar la privacidad de los datos recogidos.</li> <li>-Tiempo para la elaboración del formulario.</li> <li>-Desconfianza por parte de algunas personas.</li> <li>-Problemas con la legalización de las bases de datos de los usuarios para su exportación.</li> <li>-Intimidad/privacidad/resistencia para dar demasiados datos personales.</li> <li>-Los campos obligatorios pueden crear rechazo al hacer la consulta.</li> <li>-Carencia por parte del profesional de conocimientos técnicos para diseñar un formulario o hacer la explotación de datos.</li> <li>-Medida del formulario.</li> </ul>
<b>CHAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Transmisión de información genérica.</li> <li>-Posibilidad de dirigirte a un gran grupo de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Presencia obligada y dedicación por parte del personal técnico.</li> </ul>



	<p>personas. -Posibilidad de establecer un horario limitado para hacer las intervenciones. -Inmediatez, a tiempo real. -Feed back instantáneo. -Muchas consultas en poco tiempo. -Profundizar en las problemáticas. -Acceso directo.</p>	<p>-Falta de privacidad. -Dificultad en terminar la comunicación. -Puede generar un exceso de información. -Privacidad en el chat. -Demanda más atención. -Dificultad de cortar el vínculo. -Definir horarios.</p>
<b>REDES SOCIALES Y MICROBLOGGING</b>	<p>-Gran presencia de jóvenes. -Medio habitual de comunicación. -Facilidad de publicitar y difundir el servicio. -Inmediatez. -Alcance masivo. -Difusión masiva de la información. -Puede llegar a más gente. -Puede resolver dudas ya resultas. -Más impacto en los jóvenes. -Difusión.</p>	<p>-Uso constante y continuo, dificultad para dar alcance a todas las redes y medios. -Falta de privacidad. -Depende de cada joven y de su generación si se hace uso de una red u otra, o ninguna. -Demandas fuera de lugar.</p>
<b>VIDEOCONFERENCIA</b>	<p>-Feedback directo. -Presencia de todos los elementos comunicativos (verbales y no verbales). -Variedad de opciones de recursos en paralelo a la videoconferencia.</p>	<p>-Presencia de posibles factores discriminatorios. -Medio poco utilizado. -Presencia obligada y dedicación por parte del personal técnico.</p>

### 3. COMO PREPARAR UN ASESORAMIENTO ON-LINE

<b>QUÉ HAY QUE HACER PARA PODER PREPARAR EL ASESORAMIENTO?</b>	
<b>CONOCIMIENTO DEL JOVEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Depende de la pregunta, de como se formula.</li> <li>-Depende de la edad y como te diriges.</li> <li>-Cómo se redacta, registro (edad, estudios...).</li> <li>-Información personal básica (edad/sexo/estudios/donde vive).</li> <li>-Historial (ha utilizado el servicio).</li> <li>-Sector (búsqueda de empleo, estudios).</li> <li>-Expectativas.</li> <li>-Datos personales.</li> <li>-Cómo ha conocido el servicio.</li> <li>-Ha hecho uso anteriormente.</li> <li>-CV (si lo tiene), documentación.</li> </ul>
<b>CONTEXTUALIZAR LA DEMANDA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Difusión de cómo nos llega.</li> <li>-Analizar bien caso por caso.</li> <li>-Tener en cuenta las expectativas del joven.</li> <li>-Categorías profesionales.</li> <li>-Tipo de demanda (formativa/laboral/las dos...).</li> <li>-Contextualizar la demanda.</li> <li>-Cómo llega la consulta</li> <li>-Como nos ha conocido.</li> <li>-Registro. Lenguaje.</li> <li>-Como se dirige a nosotros. Ortografía.</li> </ul>
<b>CONOCIMIENTO DE LOS RECURSOS DISPONIBLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocer la realidad cambiante.</li> <li>-Información bien organizada.</li> <li>-Actualización de los recursos y de la información.</li> <li>-Trabajo en red para optimizar los recursos.</li> <li>-Base de datos categorizadas por recursos (generales/por territorio).</li> <li>-Links.</li> </ul>

### CONOCIMIENTO DE LAS NOVEDADES

- Estar alerta de las novedades, recortes de los servicios, subvenciones, ayudas, etc...
- Nuevas leyes.
- Evitar informaciones o derivaciones erróneas.
- Redes sociales y boletines.
- Lista de distribución de usuarios que hayan usado el correo electrónico o formulario.

## 3.1.CONTEXTUALIZACION DE LA CONSULTA

### 3.1.1.Contextualización del orientador

- Tener claro desde donde se recibe y des de donde se responde la consulta.
- Tener claro si es una consulta puntual, un asesoramiento o una orientación integral proponiendo un plan de trabajo individual.
- Conocer las condiciones del servicio que presta y sus propias limitaciones.
- Tener claro los recursos que dispone y los profesionales que se pueden movilizar para ofrecer al joven: cursos propios o externos, otras asesorías propias o externas, recursos on-line propios o externos...
- Tendrá que estar al día de las novedades de los programas que orienta y de las noticias relacionadas con su trabajo, así como estar al día de cambios de normativas, recursos on-line...

### 3.1.2. Contextualización de la consulta

La consulta puede llegar a una intranet o a través del correo electrónico. En el caso del correo electrónico se pedirá que rellene el formulario en el caso que exista.

Es importante determinar el ámbito geográfico de atención a los jóvenes, para dar un mejor servicio hace falta delimitar la acción y la respuesta a los jóvenes que sean del territorio de tu servicio.



## 3.2. CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD SOCIAL

### 3.2.1. Estudio del propio joven.

- a. En esta etapa se realizará un estudio con los datos facilitados por el propio joven. En el formulario se pide la situación laboral, sus estudios u otras consideraciones del joven que quiera facilitarnos. Se tiene que tener presente que estos datos están protegidos por la ley de protección de datos y nunca podremos facilitar estos datos a terceros, a no ser que el joven nos dé su conformidad.
- b. Hará falta ver si esta persona ha realizado consultas con anterioridad o participado en algún taller. En este caso, sus datos ya estarán en la base de datos. En el caso que el joven haya facilitado su currículum también estará.

### 3.2.2. Análisis de las necesidades

- a. En esta fase analizaremos la propia demanda para realizar un diagnóstico y una resolución de la consulta. En el caso de no poder resolverla por falta de información, se hará una resolución general destacando la disposición de hacer una entrevista personal o a resolver cualquier otra duda. También en el caso de no tener la petición se podrá llamar directamente a su teléfono y resolver la duda telefónicamente.
- b. Se hará un análisis de las diferentes necesidades que se desprenden de la demanda: necesidades formativas, laborales, económicas, etc.
- c. Se tendrá en cuenta la expectativa creada al generar la propia consulta ya que quizás seamos la única vía de resolución de sus dudas vitales.

### 3.2.3. Fuentes de información

- a. Tendremos que tener claras nuestras propias fuentes de información para la resolución de consultas.

### 3.2.4. Herramientas

- a. Tendremos que conocer qué herramientas utilizaremos para resolver las dudas y cómo tendremos en cuenta su demanda para posteriores demandas (web, intranet, formularios, datos personales, llamadas de teléfono...).

### 3.3. INTERPRETACIÓN TÉCNICA DE LA DEMANDA

Esta fase es un periodo de reflexión y de interpretación de la demanda para poder resolverla.

#### 3.3.1 Interpretación técnica

En esta etapa haremos un análisis de la situación:

- Reconocimiento del problema e interpretación desde el punto de vista profesional.
- Efectos que aumentan y mantienen el problema en el caso de no haber resuelto positivamente la demanda.
- Necesidades que demanda el usuario y que podemos ver latentes.

#### 3.3.2. Diagnóstico

- Poder llegar a las causas del problema.
- Orientar hacia su resolución.
- Orientar los recursos disponibles para la resolución de la demanda.
- Determinar problemas y necesidades en el proceso de orientación para una efectiva intervención.
- Elaboración de la orientación y/o la propuesta del plan de intervención.

### 3.4. FASE ESTRATÉGICA DE INTERVENCIÓN

a. Después de la fase de investigación y diagnóstico se tendrá que hacer una preparación de la resolución, pensando en la estructura de la respuesta y todos los recursos y herramientas que ofrecemos al joven.

b. Se tendrá que pensar en una estructura clara, detallada y ordenada. También hemos de tener claro que la información que facilitamos tiene que estar actualizada y que tiene que ser fiable e imparcial para una correcta toma de decisiones para el joven.

c. Se tendrá que hacer una correcta resolución teniendo claro que conocemos los recursos que adjuntamos, derivamos y, si podemos, incluso a quien derivamos.

d. Tenemos que tener claro cuáles son los objetivos generales y específicos que queremos aclarar a corto, medio o largo plazo.

e. En el caso de hacer una propuesta del plan de actuación tenemos que tener claro cuáles tienen que ser las etapas, los procesos de inscripción a los diferentes servicios y/o recursos y la temporalidad en la aplicación de los objetivos.

**Para ayudar a CONCRETAR LAS RESPUESTAS hay diferentes técnicas posibles:**

**Lluvia de ideas**

Anotar en un papel todas las ideas relacionadas con el tema que te venga a la cabeza, sin evaluarlas, y después selecciona, ordena y elige...

**Preguntas estrella**

Hazte preguntas: qué?, quién?, dónde?, cuándo?, por qué?, cómo?...

**Mapa de ideas**

Apunta en forma de gráfico, de dibujos, los conceptos relacionados con el tema, marcando las líneas de relación

**3.5. FASE DE RESOLUCIÓN DE LA DEMANDA**

**Antes de escribir, piensa**

Intención: Cual es el objetivo de mi texto?

Receptor: Qué sabe el receptor del tema? Qué se yo del receptor?

**Elige las mejores ideas y recursos y ordénalos**

- Un buen texto sólo dice lo que tiene que decir.
- Las ideas importantes se suelen colocar al inicio del texto.
- Asegúrate que no te olvidas de nada que el lector necesite saber para interpretar el mensaje. Cuando tengas las ideas, los conceptos que quieres transmitir, conviene que los ordenes, que los pongas en el orden más adecuado.

#### 4 .TIPO DE CONSULTA

	ASPECTOS POSITIVOS VENTAJAS	ASPECTOS NEGATIVOS INCONVENIENTES
<b>PUNTUALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimiento del servicio que puede llevar a proporcionar más atención (diseño de plan personalizado).</li> <li>-Respuesta rápida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta lenguaje no verbal.</li> <li>-Poco vínculo.</li> <li>-Falta Feed back.</li> <li>-Dificultad para ofrecer recursos.</li> <li>-A veces la pregunta no es clara y se tendrá que resolver la consulta.</li> <li>-Desconocimiento de si se ha resuelto el 100% de la demanda real de la persona.</li> </ul>
<b>DE DISEÑO DE UN PLAN PERSONALIZADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Más feed-back.</li> <li>-Poder crear vínculo.</li> <li>-Depende de las características de la persona.</li> <li>-Resultados reales.</li> <li>-Comodidad (no tenerse que desplazar, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dificultad para definir.</li> <li>-Falta de tiempo para hacer seguimiento o para destinar a cada usuario.</li> <li>-Asesoramiento lineal (limitado respecto a la atención personal por cuestión de vínculo)</li> <li>-Falta de información.</li> </ul>
<b>ALGÚN OTRO TIPO?</b>	<p>Podría ser un ejemplo de mix entre los dos tipos.</p> <p>CONSULTA CONTINUA: Puede profundizar más que las puntuales. Son aquellas que enlazan consultas puntuales con un usuario.</p>	

## 5. COMO HACER LA REDACCIÓN DE LA RESPUESTA

ASPECTOS A TENER EN CUENTO	
<b>SALUDO Y PRESENTACIÓN DEL ASESOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No hace falta poner nombre, apellido y cargo al inicio del e-mail, esta información ya se incluye en la firma.</li> <li>- <i>Hola</i> o <i>Querido</i> + nombre de la persona que hace la consulta + a continuación contextualizar la consulta.</li> <li>-No hace falta presentarse, se puede hacer al final.</li> <li>-Informal y personal, <i>hola+ nombre+cargo o funciones realizadas</i>.</li> <li>-Cercana, saludo+nombre de la persona sin apellido, no institucionalizar.</li> <li>-Saludo informal.</li> <li>-Explicar el contexto (referencia a la pregunta que ha hecho, repetir la pregunta).</li> </ul>
<b>COMO TIENE QUE SER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN? (formal, informal, tipo de lenguaje...)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Informal, tratamiento de tú.</li> <li>-Lenguaje fácil y próximo. No utilizar un lenguaje complejo.</li> <li>-Poner en negrita la información útil.</li> <li>-Informal pero correcto.</li> <li>-Cercano.</li> <li>-Cuando se pongan siglas, especificar su significado.</li> <li>-Informal, cercano, sin tecnicismos, fácil de leer, destacar en negrita la información útil.</li> <li>-Tener cuidado con las siglas (especificarlas).</li> <li>-Sin siglas que no sean conocidas.</li> <li>-Sin tecnicismos.</li> </ul>
<b>DESARROLLO DE LA RESPUESTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No dar por evidente nada en la respuesta. No dar por conocida alguna información.</li> <li>-Explicar bien las siglas. No utilizar muchas siglas.</li> <li>-Explicaciones cortas.</li> <li>-En caso de preguntas poco claras, pedir que nos especifiquen más la consulta.</li> <li>-Hace falta tener bien localizados los recursos que daremos en la respuesta.</li> <li>-En el caso de que no quede muy claro el camino que el joven quiere seguir, provocar ciertas reflexiones para provocar cambios y la toma de decisiones.</li> <li>-Ponernos en situación y contexto.</li> <li>-Concretar y después desarrollar las principales ideas.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>-Poner muchos guiones, espacios, párrafos... que sea esquemático y poco redactado, es más fácil de leer.</li><li>-Si se ponen enlaces: ponerlos con hipervínculo y no poner toda la dirección web, queda demasiado larga.</li><li>-Dificultad: que la respuesta quede corta vs exceso de información.</li><li>-Hacer referencia a la consulta.</li><li>-Respuestas breves, añadir links.</li><li>-Si es abierta, añadir links con una presentación del enlace.</li><li>-Visualización: tiene que ser visualmente atractivo, espacio entre las frases, letra atractiva, en negrita las cosas importantes, con guiones.</li><li>-Introducción a la respuesta (contexto, pregunta).</li><li>-Enlaces directos, aunque hay la posibilidad de que caduquen, considerar de poner el link genérico y explicar como llegar a la información.</li><li>-Acortar los enlaces largos.</li><li>-No todos los jóvenes son nativos digitales.</li><li>-Adjuntar archivos.</li></ul>
<b>PREGUNTAS ABIERTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Aprovechar para hacer más orientaciones.</li><li>-Enviar un mail pidiendo más información y más concreción en la pregunta o consulta.</li><li>-Invitarlos a que vayan presencialmente al servicio.</li><li>-Explicar que es mejor que vayan presencialmente.</li><li>-Ofrecer un test de orientación.</li><li>-Clarificar lo que he entendido.</li><li>-Si nosotros hacemos preguntas abiertas: hacemos reflexionar a los jóvenes.</li><li>-No dar toda la información a la vez, a veces hace falta una reflexión antes de poder asesorar.</li><li>-Hacer sugerencias o recomendaciones.</li></ul>
<b>FIRMA Y CIERRE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Propiciar a que haga más consultas, a ampliar la información, a venir si hace falta...</li><li>-Difusión del servicio a otros. En la orientación on-line también es importante la difusión boca-oreja.</li><li>-Formulario de evaluación.</li><li>-Desear mucha suerte y "espero haberte dado respuesta".</li><li>-Invitarlos a que se vuelvan a poner en contacto si tienen más dudas.</li><li>-Poner enlaces web o redes sociales.</li></ul>

- Firma y cargo de quien responde.
- Encuesta de evaluación.
- Logos.
- Desearle suerte.
- Cerrar con el nombre del servicio.
- Despedida informal.
- Invitarle a una orientación presencial.
- Ofrecer seguimiento.
- Invitar a que nos informen como va.
- Firmar con el nombre del asesor, servicio, contacto (mail, web, dirección, teléfono)
- Salud/ saludos/ saludos cordiales/atentamente/seguimos en contacto (cada uno tiene su estilo).
- “Espero que te haya servido/interesado”.

#### Reflexiones:

- Se tiene que hacer seguimiento? Depende del contexto, algunos trabajan con los mismos jóvenes día a día y no hace falta, otros ven que implica mucho trabajo o no tienen las herramientas informáticas para hacer el seguimiento. Siempre que hay una orientación presencial hay más compromiso entre el asesor y el usuario.
- Reflexionar sobre la diferencia entre asesoramiento y orientación.

## 5.1. Estructura visual del mensaje que reciben en el correo electrónico

### 5.1.1. Encabezado

Se puede pensar si hace falta poner un encabezado donde aparezca el logotipo del servicio.

### 5.1.2. Cuerpo del mensaje

#### Etapas

Saludo > presentación > contextualizar > introducción > desarrollo > anexar documentación > cierre y ofrecer nuevas orientaciones > despedida > firma > revisión > envío > evaluación y seguimiento.

### **A. Saludo**

Separada del cuerpo del texto con una coma o dos puntos;

Hola + *nombre*

Querido/da + *nombre propio*

### **B. Presentación del asesor y del servicio**

Soy ..... del servicio .....

### **C. Contextualizar el origen de la pregunta**

El otro... nos hiciste una consulta sobre....

### **D. Introducción**

Actualmente...

Para comenzar...

### **E. Desarrollo**

- Explicación de la respuesta en un lenguaje próximo y de las diferentes opciones.

-Dar orientaciones y propuestas de intervención, y si hace falta, indicar un plan de trabajo para que alcance sus metas.

- Añadir más fuentes de información que tengamos claro que tienen un contenido adaptado y adecuado para la demanda planteada. Incluir enlaces a recursos propios.

### **Registro**

Nivel de formalidad adecuado al tipo de texto y a la situación comunicativa. De la misma manera que no conviene dirigirnos al destinatario en un estilo vulgar, tampoco es adecuado utilizar formulas de estilo servil. No es necesario situarnos en una posición de sumisión para dar distancia y respeto.

### **Simplicidad**

-El uso de estructuras sintácticas simples, que sigue el orden más habitual en catalán (sujeto – verbo - complementos).



- El uso de verbos en forma activa (mejor “Tenemos que hacer un curso” que no “Se ha procedido a la realización de un curso”).
- El uso de palabras más conocidas, más corrientes, cuando no nos interesa destacarlos del contexto (mejor *pagar* que *deseembolsar*, mejor *relación* que *interrelación*, etc...).
- Conviene fijarse en las expresiones que pueden interpretarse de dos maneras diferentes (**ambiguas**).
- **Redactar en positivo** ya que las frases afirmativas son más claras y favorecen que el lector reaccione favorablemente.

**El párrafo es una herramienta básica que tenemos para organizar y desarrollar el contenido del texto.** El párrafo tiene dos funciones básicas, por un lado, distribuir las diferentes ideas que forman el escrito; y por el otro, hacer visible y entendedora la estructura del texto.

### **Precisión**

Uso de los tecnicismos y los neologismos adecuados explicando claramente lo que significan. Tan importante es evitar las expresiones innecesarias complejas como utilizar los tecnicismos convenientes.

### **Expresiones no ofensivas**

- Evitar sexismo en el lenguaje: evitar la referencia exclusiva al masculino.
- Evitar expresiones tradicionales poco igualitarias (sexos, razas...).

## F. Anexar documentación

Anexar monográficos jóvenes, material o publicaciones actualizadas.

ASPECTOS A DESTACAR, CÓMO? QUÉ? FORMATOS?	
<b>TIPO DE DOCUMENTACIÓN A ANEXAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Word's , pdf's</li> <li>-Documentos propios o de otras entidades (monográficos, fichas..).</li> <li>-Aprovechar el DropBox para que todos los orientadores tengan herramientas y fichas on-line.</li> <li>-Fichas informativas.</li> <li>-Monográficos genéricos (búsqueda de empleo, cómo hacer el CV).</li> <li>-Utilizar el word en el caso de documentos a rellenar.</li> <li>-Word si es por ejemplo un modelo de CV que hay que rellenar</li> <li>-PDF si no queremos que modifiquen el contenido.</li> <li>-Propios o de otras entidades, siempre con logo o identificando el servicio.</li> <li>-Si es un documento grande, se tiene que comprimir.</li> </ul>
<b>LINKS Y ENLACES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Principalmente poner los oficiales, y también poner una mínima explicación de la información que se puede encontrar.</li> <li>-Poner unos tres enlaces web, no muchos más.</li> <li>-También se pueden poner enlaces a la página web propia.</li> <li>-Links y enlaces que sean directos.</li> <li>-Enlaces y links también a la página principal.</li> <li>-Introducción de lo que se encontrará en cada enlace.</li> <li>-Poner link directo, pero a veces se desactualiza, considerar poner el link a la página principal y explicar cómo llegar a la información necesaria.</li> <li>-Presentación del contenido del link.</li> <li>-No poner demasiada información, mejor "si necesitas más información, ponte en contacto..."</li> <li>-Acortar links.</li> </ul>

## G. Cierre, ofrecer nuevas orientaciones y despedida

-Abrir nuevas preguntas al joven (preguntas abiertas y preguntas directas) y facilitar el enlace web para las nuevas consultas.

-Cerrar la respuesta, agradeciendo la pregunta y poniéndonos a su disposición.

## H. Despedida y firma

Hacer una despedida y hacer constar el nombre del asesor.

## I. Revisión

- Corrección de las faltas ortográficas y de expresión escrita.
- Evitar la mala imagen que dan las faltas de ortografía, de sintaxis, etc...

## QUÉ HAY QUE HACER ANTES DE ENVIAR?

ASPECTOS A DESTACAR	
ORTOGRAFÍA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utilizar el sentido común.</li> <li>-Pasar como mínimo el corrector ortográfico del word, o algún otro...</li> <li>-Utilizar correctores y traductores.</li> <li>-Utilizar el corrector del word y después hacer cortar/pegar al mail.</li> <li>-La imagen de la entidad se tiene que cuidar.</li> <li>-Invertir tiempo en elaborarlo.</li> <li>-Si utilizamos el gmail, hay un corrector ortográfico.</li> <li>-Escribir primero en word, así también se evita que el mail se envíe "solo" e inacabado.</li> </ul>
SINTAXIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utilizar el sentido común en este tema.</li> <li>-Sencilla, sin demasiadas frases subordinadas.</li> <li>-Puntuar bien los temas.</li> <li>-Muchos puntos.</li> </ul>
LENGUAJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que sea comprensible.</li> <li>-Responder en el idioma que te han escrito.</li> <li>-Directo e informal, sin tecnicismos.</li> <li>-Coloquial.</li> <li>-Positivo y cordial.</li> <li>-Sin siglas.</li> <li>-Sin tecnicismos</li> <li>-Directo y cordial.</li> </ul>

## J. Evaluación

Animar al joven a que haga una evaluación de la respuesta recibida. Para poder conocer la calidad de nuestra respuesta aplicaremos métodos de evaluación pegando un enlace a algún tipo de formulario del surveymonkey o del google.

Periódicamente realizaremos un seguimiento de las respuestas al formulario y aplicaremos mejoras en el caso que sea necesario.

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN

QUÉ SE PUEDE HACER PARA EVALUAR?	
<b>PARA EL PROPIO JOVEN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Calidad de la respuesta.</li><li>-Tiempo de respuesta. Adecuado o no.</li><li>-La evaluación debe ser al momento y ágil.</li><li>-Se puede pegar un cuestionario o un enlace web a un cuestionario en el pie de página del mail de respuesta.</li><li>-Formulario o cuestionario:<ul style="list-style-type: none"><li>-Grado de satisfacción</li><li>-Utilidad del servicio</li><li>-Si volvería a utilizar el servicio o lo recomendaría</li><li>-Tiempo de respuesta adecuado</li><li>- Posponer o plantear la posibilidad de hacer consultas presenciales.</li></ul></li><li>-Concreto, opciones, observaciones.</li><li>-Cuestionario breve y opcional con rangos.</li><li>-Que la valoración sea en el momento.</li><li>-A través de un formulario o cuestionario<ul style="list-style-type: none"><li>- grado de satisfacción, si la respuesta sea adecuada, de utilidad, si volvería a utilizar el servicio, si el usuario recomendaría el servicio.</li><li>- preguntar si le gustaría hacer una orientación presencial.</li><li>- evaluar el tiempo de respuesta, otras observaciones.</li><li>- directo y en cada correo.</li></ul></li></ul>

<b>PARA EL ASESOR</b>	- breve y fácil, concreto, opción de marcar respuestas.
	-Con los datos de los jóvenes usuarios se pueden definir los perfiles y tipologías de jóvenes para hacer marketing directo o mejorar los canales de comunicación o de información. -Con las respuestas cualitativas de la orientación recibida hacer un plan de mejora. -Ítems de evaluación (sexo, edad, comarca, municipio, cómo nos has conocido, situación laboral actual, estudios finalizados, estudios en curso, centro, temática de la consulta...). -Cuestionario en el pie de página del correo. -Marcar objetivos e indicadores y valorarlos de forma estadística. -Colectivos atendidos: edad/sexo/formación/temática/consulta, etc. -Importante! En función de los contenidos. -Para adecuar mejor los servicios a los grupos diana (por ejemplo si no nos preguntan los jóvenes de 16 años, para poder adaptar el servicio a las necesidades de los jóvenes.

**Preguntas que te tienes que hacer antes de enviar la respuesta:**

1. Cuál es el objetivo del asesoramiento? El texto lo consigue?
2. Aporta toda la información necesaria? Evitar la información irrelevante y reiterativa?
3. Se organiza en una estructura clara? Contiene todos los elementos necesarios del modelo de redacción: encabezado, saludo, despedida...?
4. La información está dividida en párrafos con sentido? Cada párrafo desarrolla una idea única?
5. Las frases son claras?
6. Que trato utilizar para referirse al receptor? Es coherente a lo largo de todo el texto?
7. Utilizar los conectores para unir ideas?
8. Se potencian a través de los enlaces los recursos propios?
9. Te ofrecer para otras futuras consulta o aclaraciones?
10. Animas a los jóvenes a evaluar?

### 5.1.3. Firma

Se tendrá que hacer la redacción de una firma tipo para cerrar la consulta, donde aparezca el servicio y los datos de contacto.

### 5.1.4. Información institucional

Al final del mensaje pensar si se quiere que aparezcan los logotipos institucionales que impulsan vuestro servicio.

## 6 .MECANISMOS DE SEGUIMIENTO DEL IMPACTO

### QUE SE PUEDE HACER PARA HACER SEGUIMIENTO?

- Si hay feed-back de e-mails es más fácil hacer seguimiento.
- Se puede invitar al usuario a que vuelva si necesita más información.
- Se cuestiona que sea necesario hacer seguimiento cuando la consulta es on-line, se concluye que cuando la consulta y la resolución es on-line no hace falta hacer seguimiento de lo que han hecho los usuarios con la información dada.
- Llamadas telefónicas periódicas para conocer el impacto.
- Intentar hacer un segundo e-mail al joven para hacer seguimiento/feedback.
- Mailing si tienes muchos jóvenes a responder, para ver cuál es si situación actual.
- Cuestionarse si es necesario hacer seguimiento siempre, o solo cuando se trate de temáticas concretas.
- Importante y difícil.
- Para poder hacerlo con regularidad, se puede enviar un correo electrónico genérico a todos los usuarios del servicio de los últimos meses.
- Problema: algunas veces se cierra el expediente del usuario.
- Por correo electrónico o llamadas (difícil por el tiempo)
- Si las herramientas informáticas lo permiten, se puede filtrar i solo hacer seguimiento de algunos usuarios.
- Reflexión: después de cuántos tiempo es más adecuado?

**AGRADECEMOS LA COLABORACIÓN Y EL TRABAJO REALIZADO DURANTE LA JORNADA DE LOS SIGUIENTES PROFESIONALES:**

<b>Nombre y apellidos</b>	<b>Municipio</b>	<b>Nombre institución/entidad</b>
MONTSE RODRÍGUEZ DORADO	Barcelonès, Santa Coloma de Gramenet	Centric Formació, S.L.
LAURA LISTA BRAVO	Barcelonès, Sant Adrià de Besòs	AJUNTAMENT DE SANT ADRIÀ SIOL
PEDRO MARTÍN CUMPLIDO	Barcelonès, Barcelona	Consell Comarcal del Barcelonès
DAVID SOLER C	Barcelonès, Barcelona	FUNDACIÓ BAYT-AL-THAQafa
ARIADNA VIGUERAS BOHIGAS	BARCELONÈS, BARCELONA	SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA
NEUS FERRER I MULET	BARCELONÈS, BARCELONA	SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA
IVAN RUIZ PALOMEQUE	BARCELONÈS, BARCELONA	AGÈNCIA CATALANA DE LA JOVENTUT
ERIKA ROMANO	BARCELONÈS, BARCELONA	AVALOT
IVÁN FOLGAR BLANCO	BARCELONÈS, BARCELONA	AVALOT
ROSA BAENA GUZMAN	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS,SA
SILVIA PATIÑO GARCIA	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA
LAURA MORERAS ÀLVAREZ	BARCELONÈS, BARCELONA	DIRECCIÓ GENERAL DE JOVENTUT
CRISTINA ANDREO SORO	BARCELONÈS, BARCELONA	SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA
MONICA DOMINGUEZ PEREZ	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS,SA
MONTSE MONTERO GALTÉS	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS, SA
SOLEDAD RUIZ RODRIGUEZ	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS, SA
M <sup>a</sup> CARMEN LAGUNA RIVERA	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS, SA
ANNA ACIN COMAMALA	BARCELONÈS, SANTA COLOMA DE GRAMENET	GRAMEIMPULS, SA

MARY HOYOS  
ALEXANDRA CASAS MAGRIÑA  
LAIA BALLART CÒNSUL

DOMÈNEC GRANÉ I ORÓ  
RAQUEL VALENZUELA  
SONIA GUTIERREZ

JOFRE ALBERICH VIEDMA  
MIREIA PASTO  
LIDIA PEREZ GARCIA

M<sup>a</sup> CARMEN GARCÍA GARCÍA  
LATIFA SADAK

SARAI MARTINEZ RUIZ  
VICTORIA GARCIA VERDASCO

TONI CARAVACA LOZANO  
SANDRA CALDERÓN PECERO

BLANCA SÁNCHEZ  
NADINE RUTOW  
NÚRIA GUASCH

DE GRAMENET  
BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, BADALONA  
BARCELONÈS, SANTA COLOMA  
DE GRAMENET  
MARESME, VILASSAR DE MAR  
BARCELONÈS, BARCELONA

BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, BADALONA  
BARCELONÈS, BADALONA

BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, L'HOSPITALET DE  
LLOBREGAT  
BARCELONÈS, BARCELONA  
BAIX LLOBREGAT, EL PRAT DE  
LLOBREGAT  
BARCELONÈS, BADALONA  
BARCELONÈS, SANTA COLOMA  
DE GRAMENET  
BARCELONÈS, BARCELONA  
BARCELONÈS, BARCELONA

CISEC

IMPO BADALONA

PIJ SANT MARTI

NEXES

NEXES

OFICINA JOVE D'EMANCIPACIÓ.

L'HOSPITALET

CONSELL COMARCAL DEL BARCELONÈS

AJUNTAMENT DE BADALONA

CENTRE D' ASSESSORAMENT ACADÈMIC

PER A JOVES

FUNDACIÓ COMTAL

AJUNTAMENT DE L'HOSPITALET.

JOVENTUT

OFICINA JOVE DE TREBALL

SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA

IMPO AJUNTAMENT DE BADALONA

CISEC

CONSELL COMARCAL DEL BARCELONÈS

CIAJ