



**Premios**  
**educaweb**  
**DE ORIENTACIÓN 5A EDICIÓN**  
**ACADÉMICA Y PROFESIONAL**

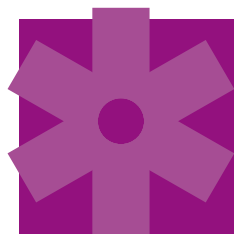
**2º PREMIO**

**Categoría de instituciones, organizaciones y centros**

**Guías para buscar empleo en la 2.0.**

**Autores: Pablo González Losada, José María Rego Orea, Alfonso Zapico,  
Lorena Morales, Goretti Espinosa, Alfredo Valdés, Mercedes Braña y  
Ascensión Barrial**

**Ayuntamiento de San Martín del Rey Aurelio (Asturias)**



## Guías para buscar empleo en la 2.0

### 1. Descripción de la propuesta y objetivos

Los trabajadores/as del SIPE decidimos publicar una serie de **guías de orientación laboral en formato cómic** para hacer más accesible la información sobre búsqueda de empleo a los usuarios/as, haciendo especial hincapié en las novedades que ofrecen las redes sociales y las herramientas de la web 2.0 en la búsqueda de empleo. Para ello buscamos la colaboración de un ilustrador natural de la zona.

En una primera fase del proyecto elaboramos una serie de capítulos abordando **aspectos básicos de la orientación laboral**, como la elaboración del currículum vitae, la carta de presentación y la preparación para una entrevista de trabajo. Además, como aspecto innovador incluimos una guía con consejos para grabar un currículum en vídeo.

Estos primeros capítulos están representados íntegramente en formato cómic. Algunos reflejan una visita al SIPE para ilustrar la labor que llevan a cabo los orientadores/as laborales que forman parte de él.

Decidimos complementar con otro capítulo que enseñar a abrir y manejar una cuenta de correo electrónico para la búsqueda de empleo.

En la segunda fase del proyecto elaboramos ampliamos la guía acerca con **nuevos capítulos sobre búsqueda activa de empleo en redes sociales**. Esta parte del proyecto se completa con un cómic que explica el concepto de marca personal para buscar empleo a partir de un ejemplo práctico. La marca personal es la percepción profesional que una persona genera en su entorno y debe ser gestionada adecuadamente si se quiere buscar empleo usando las redes sociales.

Los capítulos de esta segunda parte combinan las instrucciones para gestionar y sacar partido a un perfil profesional en redes sociales (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Xing, etc.) con historietas en formato cómic. Están protagonizadas por Marco, un joven veterinario en búsqueda activa de empleo que explica a su madre (Antonia) y a otros personajes como explota los distintos recursos que ofrecen las redes sociales para alcanzar su objetivo profesional.

La lección más básica que se refleja en las guías son las instrucciones para regular la privacidad de los perfiles de las distintas redes sociales, que todos los usuarios deben conocer. Pero esto es solo el comienzo. En las guías explicamos cómo usar las redes sociales para reforzar nuestra reputación digital como profesionales.

Al mismo tiempo el SIPE complementa el proyecto ofreciendo **formación** sobre el uso de las redes sociales virtuales y otras herramientas informáticas para el empleo en el telecentro municipal.

Los **objetivos** de este proyecto son:

- **Fomentar** el uso correcto de las redes sociales como herramienta para la búsqueda de empleo, principalmente entre la población desempleada.
- **Formar** a los demandantes de empleo para que como mínimo aprendan a configurar correctamente la privacidad en sus perfiles de redes sociales y estas no sean contraprodu-

- centes en la imagen que ofrecen en la red.

- **Facilitar** el acceso a las ofertas de empleo que se hacen públicas en las redes sociales, teniendo presente que la mayoría de ellos aún no son tan completos y funcionales como los portales tradicionales de empleo (Trabajastur o Infojobs).
- **Promover** la reflexión sobre el concepto de marca personal y animar a los demandantes de empleo a gestionar la suya en torno a sus competencias profesionales más destacadas. De esta forma se hace más activa la búsqueda de trabajo.

## 2. Justificación

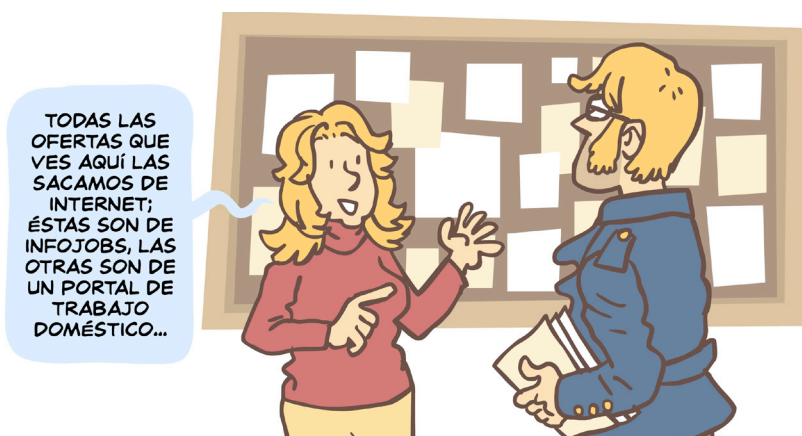
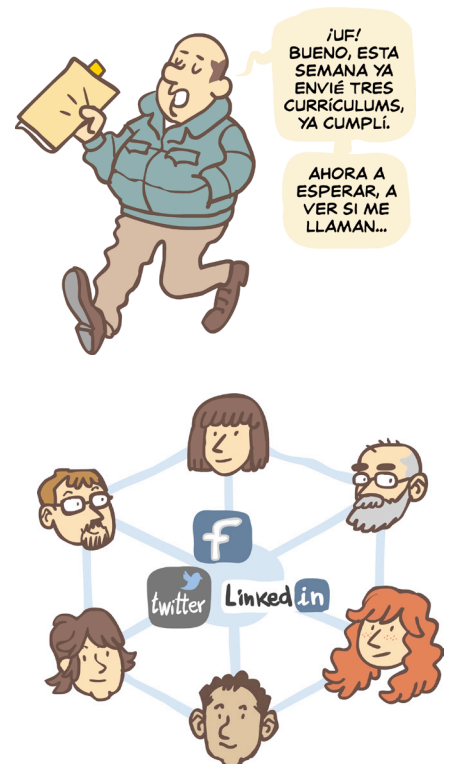
El **desempleo** se ha convertido en un problema que preocupa a todos los españoles y especialmente a las cinco millones de personas que lo sufren en sus carnes. Esta realidad plantea nuevos retos a los desempleados y a los profesionales de orientación laboral.

Cada vez es más importante para un/a demandante de empleo tener claro cuál es su **valor añadido** frente a otros profesionales y cómo puede darlo a conocer. Para acceder a un puesto de trabajo no es suficiente con limitarse a “esperar a que las cosas ocurran”.

Hacerse un hueco en el mercado laboral se ha convertido en un trabajo (aún más) persistente en el que debemos utilizar todas las herramientas a nuestro alcance. Los recursos tradicionales como la elaboración de un currículum vitae o la preparación de una entrevista de trabajo no han sido sustituidos pero sí complementados por nuevos métodos de búsqueda de empleo. El aterrizaje de Internet en nuestra vida cotidiana está revolucionando la sociedad y el mercado laboral no es una excepción. Hace ya varios años que la red es el principal soporte para la publicación de ofertas de empleo y el envío de currícula vitae a las mismas.

El **manejo del correo electrónico y los portales de empleo** son recursos básicos para hacer llegar las candidaturas a las empresas. Sin embargo, a menudo resultan insuficientes si queremos aprovechar todas las posibilidades que nos ofrece Internet. La web 2.0 marca una nueva etapa en el desarrollo de Internet, cuyo mayor exponente son las redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, etc. Estas plataformas, junto a otras como los blogs, nos permiten establecer contactos profesionales, posicionarnos y promocionar nuestras habilidades más destacadas. En definitiva, hacer más activa la búsqueda de empleo.

El proyecto para la **búsqueda de empleo en redes sociales**, a cargo del SIPE, busca dar una respuesta a esta situación de forma visual y amena.



### 3. Destinatarios

Demandantes de empleo mayores de edad, tanto los que tienen trabajo como los que se encuentran en situación de desempleo.

La guía “No te pierdas con el correo electrónico” va destinada a personas sin apenas conocimientos informáticos, para impulsarles a manejar Internet como recurso para la búsqueda de empleo.

En el caso de la segunda parte de las guías, destinada al uso de redes sociales y herramientas de la web 2.0 para el empleo, se presupone que el destinatario sabe manejar el correo electrónico y buscar ofertas en portales de empleo en la red como el portal del Servicio Público de Empleo regional. Si no es así deberán simultanear el acercamiento a esos recursos básicos con el uso de las redes sociales.

### 4. Recursos utilizados

En su mayor parte este proyecto fue llevado adelante aprovechando los recursos con los que ya contaba el SIPE.

#### RECURSOS HUMANOS

Los siguientes trabajadores/as y colaboradores del SIPE:

- **Agente comercial de empleo.** Elaboró los contenidos de la mayor parte de las guías y se encargó de su maquetación. Además imparte la formación en redes sociales y empleo.
- **Ilustrador.** Se encargó de dibujar todas las ilustraciones de las guías y de aportar sus ideas a las mismas.
- **Responsable del Programa OPEA (Orientación Profesional para el Empleo y el Autoempleo) en el SIPE.** Coordinó el proyecto, aportó información e ideas regularmente y le brindó apoyo logístico.
- **Técnicos/as en orientación laboral del Programa OPEA (5).** Diseñaron los contenidos de las primeras guías de orientación, aportaron sus ideas y propuestas en el proceso de elaboración del material.

#### RECURSOS MATERIALES

- Equipo informático con el programa de maquetación Indesign.
- Impresora, material de encuadernación y CD (para facilitar las guías en soporte impreso y electrónico, según el caso).
- Libros disponibles en el SIPE.  
MORENO COBIÁN, María Luisa y VILLAVERDE GARCÍA, José Ramón (2011). *Películas, buenos consejos y cómo encontré trabajo*. Edición independiente. Navarra.  
CALVO MUÑOZ, Montse y ROJAS LLAMAS, Carolina (2009). *Networking. El uso práctico de las redes sociales*. ESIC. Madrid.  
PÉREZ ORTEGA, Andrés (2008). *Marca personal. Cómo convertirse en opción preferente*. ESIC. Madrid.  
ACOSTA VERA, José María (2006). *Marketing personal*. ESIC. Madrid.
- Material de oficina
- Aula del Centro de Dinamización Tecnológica Local con equipos informáticos y proyector (para las sesiones de formación).

## 5. Metodología

Los principales métodos con los que se pretenden alcanzar los objetivos planteados en el proyecto son el **material didáctico en formato cómic** y la **formación** que ofrece el SIPE.

### GUÍAS DIDÁCTICAS

Como eje central del proyecto el SIPE ha editado una serie de guías didácticas de orientación laboral. El **cómic** es un recurso importante para estructurar la información que se facilita en ellas. De esta forma se busca facilitar la asimilación de la información por parte del usuario. Es más fácil leer un cómic que un texto más o menos extenso.

De la misma forma, cuando se facilitan instrucciones para el uso de herramientas informáticas el texto viene acompañado con abundantes capturas de pantalla.

Todas las guías están disponibles para el público en la web <http://www.smra.eu/category/19/94/164> y a través de una colección de CD que edita y distribuye gratuitamente la propia institución.



En la actualidad el SIPE está buscando financiación para la edición impresa de las guías.

Los orientadores/as del SIPE también incorporan las guías como recurso para el asesoramiento personalizado que ofrecen a los desempleados/as de la zona; especialmente en aquellos casos cuyo perfil más se ajusta a la necesidad de usar las redes sociales y las herramientas 2.0.

### DESCRIPCIÓN DE LAS DISTINTAS GUÍAS

## NO SIEMPRE SE PIERDE EL TIEMPO EN LAS REDES SOCIALES

**Cómic de introducción** que refleja una conversación entre Marco, el protagonista de las guías, y su madre Antonia, que se muestra inquieta al creer que su hijo pasa demasiado tiempo frente al ordenador cuando debería estar buscando trabajo. Marco explica que las redes sociales pueden ser útiles para crear un perfil profesional en la red con el que se busca empleo. Para evitar perder el tiempo hay que tener claro desde el principio qué estrategia se quiere seguir en ellas.

También le recuerda que son recursos accesibles a todas las edades y que forjar una identidad digital es una tarea que requiere de constancia. Al fin y al cabo, buscar trabajo es un trabajo.

Guía que muestra al lector como usar la red social Facebook con seguridad y como puede sacar partido a los distintos recursos que ofrece para crearse un perfil profesional.

La historia arranca nuevamente con Antonia y Marco. La primera, después de escuchar

## 2º Premio

### Categoría de instituciones, organizaciones y centros

a su hijo, decide que las redes sociales en Internet también pueden ser un recurso útil para su propia búsqueda de empleo y decide empezar por abrir un perfil profesional en Facebook, la red de redes.

- Para empezar la guía explica con detenimiento cómo **abrir una cuenta** y cómo funcionan las solicitudes de amistad. También enseña a dividir los amigos en listas.
- Editar la información personal básica es una de las partes más importantes de un **perfil profesional**. Habrá que aprovechar al máximo los distintos campos de Facebook para introducir la experiencia laboral, formación... tal como se muestra con el ejemplo de Antonia.
- La **privacidad** es la base de la presencia profesional online. Deberá preocuparse de ella el que se limite a un uso personal de las redes sociales. Por eso esta guía le dedica una parte importante.
- Una vez que se ha editado el perfil es la hora de **generar contenidos**, y esta guía aporta algunas ideas para ello: fotografías de experiencias laborales, muestras de trabajo, apariciones en los medios de comunicación, etc.
- Por último, se ofrece un listado de páginas, grupos y aplicaciones donde el usuario puede acceder a **ofertas de empleo**.
- Marco y Antonia prosiguen su recorrido por las redes sociales con Twitter. Ella decide ampliar su presencia virtual profesional con una cuenta en esta red social:
- Aprende los **conceptos básicos** para manejarse en Twitter (hashtag, mención, trending topic...) y a configurar la cuenta.
- La guía muestra una lista de cuentas que se pueden seguir para recibir **ofertas e información** sobre empleo en la región, España y el mundo.
- Explica cómo administrar **listas** para hacer Twitter más manejable y qué **aplicaciones** de esta red social son útiles para la búsqueda de empleo.

CUANDO ALGUNO DE NUESTROS AMIGOS APARECE EN UNA FOTO, PODEMOS COLOCAR UNA ETIQUETA PARA IDENTIFICARLE.



PARA ESO FACEBOOK NOS PREGUNTA SI QUEREMOS AÑADIR UNA ETIQUETA CADA VEZ QUE SUBIMOS UNA FOTO. NORMALMENTE LA PONDEREMOS EN LA CARA DE LA PERSONA.



## Comunidades y páginas públicas en Facebook

En esta guía Marco charla con su amigo Pelayo, de aproximadamente la misma edad. La conversación versa sobre las posibles dificultades de gestionar al mismo tiempo una red social personal y una profesional, principal problema que intenta solucionar Google+.

La guía es breve y explica cómo gestionar los 'círculos' de contactos y cómo adaptar el perfil de Google+ para que refleje las competencias profesionales.

La historia arranca con la conversación entre Antonia y dos compañeros de profesión después de que ella hiciese público su perfil profesional. Tras reflexionar sobre la necesidad de cooperar para hacer un buen uso profesional de las redes sociales se deciden a crear juntos una comunidad virtual, empezando por la apertura de una página pública en Facebook.

La guía explica cómo abrir y gestionar una página pública (o *fanpage*) de Facebook y las diferencias con un perfil que representa a una persona. También enseña a interpretar las estadísticas que ofrece Facebook.

En este caso Marco charla con Lucía y le explica que además de Facebook hay redes sociales de carácter exclusivamente profesional, donde desaparece la dualidad con el perfil personal y no hay que preocuparse de la misma forma por diferenciar ambos ámbitos. Por tanto, son las más indicadas para gestionar un perfil profesional.





Es la principal red profesional y a la que la guía le dedica más páginas. En ellas se explica:

- Claves para editar el **perfil** resaltando lo mejor del trabajo y experiencia de las personas.
- Cómo **buscar empleo** en LinkedIn.
- La importancia de los **grupos** y la sección de **preguntas y respuestas** para establecer contactos profesionales.
- Configuración de la cuenta y privacidad.



Otras dos redes profesionales que la guía describe brevemente, ofreciendo claves para utilizarlas con eficacia.

#### PORTALES INTERACTIVOS

Este anexo describe numerosos portales en los que se puede crear un currículum vitae original y vistoso, tales como *Do You Buzz* o *Visualize me*. También habla de *Wiseri*, un nuevo portal de empleo especializado en el sector de las nuevas tecnologías.

Finalmente, se nombran y enlazan las **fuentes de información** utilizadas en la elaboración de la guía.

### Otros recursos de la web 2.0

Complementando a las redes sociales, esta guía aborda **otras herramientas de la web 2.0 que sirven para generar contenidos** y compartirlos con otros usuarios de Internet. Parte de la metáfora de una vagoneta vacía en el Museo de la Minería y de la Industria. Cuando Marco la observa reflexiona sobre la importancia de dotar de contenidos propios los perfiles de las redes sociales.

Traslada esa reflexión a su madre y la Lucía. Juntos recorren distintas herramientas con las que se pueden generar contenidos para reforzar el perfil profesional:

- **Plataformas de vídeo (Youtube)**

Esta página es más que un lugar donde ver vídeos. La guía enseña a crear un canal y a compartir un vídeo en otras páginas copiando su código HTML, entre otros aspectos.

- **Edición de blogs**

Estas páginas de la guía facilitan una lista de servidores con los que se puede abrir un blog gratuito (como Blogger y Wordpress). Sobre el ejemplo de Blogger, Lucía muestra qué cosas deben tenerse en cuenta a la hora de editar un blog. También plasma varios consejos para redactar en el blog y da ideas para sus posibles contenidos.

Por último, se habla de la herramienta *Twitterfeed* para alimentar las redes sociales con nuestro blog y de las comunidades de blogs.

- **Presentaciones**

Esta parte de la guía didáctica enseña, en primer lugar, a difundir una presentación (normalmente en formato *Power Point*) a través de la plataforma Slideshare. A continuación se facilitan instrucciones para manejar la herramienta Prezi, con la que se pueden crear presentaciones



dinámicas en las que se juega con una cámara y el zoom.

- **Imágenes y perfil profesional**

La última parte de la guía repasa la utilidad que pueden tener las imágenes para potenciar el perfil profesional: mostrar experiencias laborales, muestras de trabajo... Para complementar enseña a administrar una cuenta en Flickr, una página específica para la publicación de fotografías.

Para finalizar se citan y enlazan las **fuentes de información** utilizadas.

Esta guía aporta el soporte conceptual al uso profesional de las redes sociales, que siempre debe obedecer a una estrategia planificada. La gestión de las redes sociales (virtuales y presenciales) se estructura en torno a la **gestión consciente de la marca personal**, que es el conjunto de percepciones que una persona genera en su entorno.

Este concepto se traslada al lector a través de un **cómic protagonizado por Lorenzo**, un agente comercial del sector inmobiliario que hace seis meses perdió su empleo. Confundido a la hora de enfrentarse al mercado laboral, visita a una orientadora laboral en el SIPE.

Para empezar, Lorenzo fija un **objetivo profesional** lo más concreto posible. Limitarse a buscar empleo “de cualquier cosa” nos impide especializarnos y nos resta competitividad. Además, analiza sus puntos fuertes y débiles y desarrolla una estrategia en torno a ello.

El siguiente paso es gestionar sus contactos (**networking**) y su presencia virtual, ya que las redes sociales no son un fin en sí mismo. El cómic viene acompañado de una batería de consejos para reforzar la presencia virtual y el networking presencial.

*Claves para reforzar nuestra presencia en la red*



Para finalizar la historia muestra que **los eventos profesionales** son oportunidades que también pueden aprovechar los demandantes de empleo.

Al final se adjuntan nuevamente las **fuentes de información**.

Talleres formativos

De forma paralela a la edición de las anteriores guías didácticas complementamos el proyecto con la impartición de talleres de redes sociales y empleo en el Centro de Dinamización Tecnológica Local (telecentro).

Este taller fue impartido a varios grupos con formato y duración variable. Los destinatarios/as han sido:

### TALLERES FORMATIVOS

De forma paralela a la edición de las anteriores guías didácticas complementamos el proyecto con la impartición de talleres de redes sociales y empleo en el Centro de Dinamización Tecnológica Local (telecentro).

Este taller fue impartido a varios grupos con formato y duración variable. Los destinatarios/as han sido:

- Grupos de búsqueda de empleo





- Técnicos/as en orientación laboral del SIPE
- Alumnado de talleres de empleo de la zona (módulo formativo)
- Trabajadores/as contratados en la modalidad de formación con el Programa Salario Joven (módulo formativo)

#### 0. INTRODUCCIÓN:

- Las redes sociales te ayudan a promocionar tu experiencia laboral y tu formación.

#### 1. FACEBOOK

- Creación de una cuenta.
- Edición del perfil profesional. Diferencias con un perfil personal.
- Sacar provecho a la cuenta profesional de Facebook (qué fotos, vídeos... se pueden publicar).
- Configuración de la privacidad. Las etiquetas. La importancia de controlar lo que otros publican.
- Configuración de la cuenta. Notificaciones del Facebook.
- El empleo en Facebook. Buscar ofertas e información laboral en esta red social.
- Recursos de orientación laboral en Facebook.

#### 2. TWITTER

- Introducción a Twitter y creación de una cuenta. La diferencia entre *followers* y *following*.
- Manejo de los conceptos básicos para entender Twitter: *tweet*, *mención*, *retweet* y *hashtag*. Los trending topics.
- Edición del perfil y configuración de la cuenta. La privacidad.
- El empleo en Twitter. Cuentas que es recomendable seguir en la búsqueda de empleo.
- Aplicaciones para buscar ofertas de empleo en Twitter.
- Las listas de Twitter y su aplicación al empleo.
- Actualizar Twitter y Facebook al mismo tiempo.

#### 3. REDES PROFESIONALES: LINKEDIN

- Creación de una cuenta.
- Como editar el perfil de LinkedIn: sacar a relucir lo mejor de nosotros mismos.
- La búsqueda de empleo en LinkedIn.
- Los grupos: una oportunidad para establecer contactos del sector profesional.
- Preguntas y respuestas. Demostrar conocimientos y habilidades para el empleo.
- Recursos online para sacar partido a LinkedIn.

#### 4. OTROS RECURSOS DE LA WEB 2.0

- Plataformas de vídeo: Youtube. El videocurrículum: consejos para grabarlo y ejemplos.
- Edición de blogs. Comunidades virtuales.
- **Introducción a Slideshare (presentaciones) y Flickr (galerías de imágenes).**

#### 5. COMO GESTIONAR LO APRENDIDO: LA MARCA PERSONAL

(Impartido de forma transversal durante todo el curso)

- Ejemplos e ideas para construirla.
- Concepto de marca personal.

La **metodología de los talleres** es bastante práctica, basada en que los destinatarios experimenten lo que se les está contando con sus propias cuentas en las distintas redes sociales. Por ejemplo, para explicar los *hashtags* de Twitter los participantes en el taller se inventan uno (por ejemplo #RRSSsotrondio) y lo utilizan. Posteriormente pinchan sobre él y ven como el resultado de la búsqueda aglutina los tweets de sus compañeros.

Al mismo tiempo que facilitamos las instrucciones prácticas necesarias para el manejo de las redes sociales y las distintas herramientas de la web 2.0, en todo momento mantenemos **la atención sobre el potencial de estos recursos para impulsar la marca personal y fomentar la empleabilidad**. Un recurso usado con frecuencia para mostrar lo anterior son los ejemplos de perfiles profesionales reales. Una parte de los talleres consiste en visualizarlos e

e intercambiar impresiones sobre ellos. Para complementar lo anterior, el SIPE ha creado perfiles profesionales ficticios en las redes sociales Facebook y LinkedIn. En ellos se incide principalmente en como editar los datos personales para que reflejen de la mejor forma posible las aptitudes y el valor añadido de una persona.

- <http://www.facebook.com/antoniasmra>
- <http://www.linkedin.com/in/luisaejemplosmra>
- <http://www.linkedin.com/in/luciaruiz1>

## 6. Desarrollo de la actividad

El SIPE comenzó la edición de estas guías didácticas de orientación laboral en formato cómic a lo largo de los primeros meses de 2011. Los técnicos de orientación del programa OPEA asumen de la elaboración de los contenidos de las primeras historietas, que versan sobre aspectos tradicionales de la orientación laboral como el currículum vitae o la entrevista de trabajo.

Al **éxito del cómic como formato** para las guías sobre orientación laboral se sumó la necesidad de integrar activamente la **web 2.0 como herramienta de búsqueda de empleo**. El SIPE, que en el pasado ya se caracterizó por ser una entidad pionera en la grabación de currículum en vídeo o en la incorporación de fotografías digitales, detectó la necesidad de integrar las redes sociales (presenciales y telemáticas) como un método más para la búsqueda activa de empleo.

De esta forma arrancó la segunda parte del proyecto, en julio de 2011. Las primeras guías fueron complementadas con otra **colección que facilita claves para usar redes sociales como Facebook o LinkedIn con el fin de mejorar nuestra empleabilidad**. Junto a estas publicaciones vieron la luz otras como el cómic sobre la marca personal, una guía para la edición de blogs y presentaciones digitales y otra para la grabación del vídeo currículum. Entre noviembre de 2011 y mayo de 2012 se han ido publicando progresivamente en la página web municipal en formato PDF.



Asimismo, cada publicación se acompañaba de un aviso en la web y una nota de prensa que se enviaba a los medios locales. Desde la sección 'empleo, promoción económica y turismo', en la web municipal, se puede acceder a todas las informaciones publicadas en los últimos meses: <http://smra.eu/taxonomy/term/80>

En una última fase del proyecto decidimos complementar las guías sobre redes sociales con un capítulo sobre el correo electrónico, destinado principalmente a personas con habilidades informáticas limitadas.

Los **talleres formativos en redes sociales para el empleo** se desarrollaron paralelamente a la publicación de las guías y sus destinatarios fueron:

- Grupos de búsqueda de empleo del programa AVANTE (a cargo de Fundación Comarcas Mineras).
- Alumnas-trabajadoras del taller de empleo Nuevas Oportunidades.
- Técnicos/as en orientación laboral del programa OPEA en el SIPE.
- Trabajadores/as contratados/as en la modalidad de formación.

- Trabajadores/as contratados/as en la modalidad de formación.

Como culminación del proyecto hemos editado desde el SIPE una **colección interactiva con todas las guías en formato digital**. Se han grabado en CD que se distribuyen gratuitamente en el telecentro municipal y en la propia oficina del SIPE. Esta colección incluye tanto las primeras guías en cómic sobre aspectos básicos de la orientación laboral como las relativas al uso de las redes sociales para la mejora de la empleabilidad.

Al mismo tiempo, el Consistorio está buscando financiación pública y/o privada para la publicación masiva de las guías en papel (el número de ejemplares que se pueden imprimir con recursos propios municipales es limitado).

## 7. Evaluación

Hemos evaluado el proyecto constantemente a lo largo de todo su desarrollo. El equipo encargado de llevarlo a cabo nos hemos reunido periódicamente para **analizar las publicaciones que se iban elaborando hasta el momento y su acogida por parte de los demandantes de empleo y profesionales de la orientación laboral**. Al mismo tiempo, estas conclusiones sentaban las bases de las futuras guías y de los futuros pasos del proyecto.

Por ejemplo, los técnicos en orientación laboral informaron de que una gran parte de los desempleados (sobre todo los mayores de 45 años) están poco familiarizados con la informática y las guías sobre redes sociales les resultan demasiado complejas. Este análisis de la realidad nos llevó a editar un nuevo capítulo en el que enseñamos a **utilizar el correo electrónico y a aprovechar su uso para la búsqueda de empleo**. El público objetivo del mismo es diferente al del resto de guías, ya que en este caso nos dirigimos preferentemente a aquellos que aún no están familiarizados con el correo electrónico y la navegación por Internet.

Asimismo, al tratarse de un proyecto en el que la difusión de los resultados es fundamental, **la red jugó un papel determinante en su evaluación**. Cada vez que se publicaba un capítulo en la web municipal difundíamos el enlace en distintas redes sociales, a través de los perfiles del SIPE. Interpretamos los comentarios y la viralidad con la que se comparten los materiales como una evaluación positiva del proyecto.

Adquirió una especial relevancia la difusión en grupos de LinkedIn sobre orientación profesional, como Red de Orientación Laboral u Orientación para el Empleo. Los miembros, en su mayoría orientadores laborales, expresaron numerosas valoraciones positivas en sus comentarios y manifestaron su intención de utilizar los materiales didácticos del SIPE en su trabajo con los usuarios.

Los **talleres formativos** tenían su evaluación particular a través de cuestionarios facilitados a sus destinatarios, en los que valoraban los contenidos y la forma de transmitirlos. Los alumnos se mostraron bastante satisfechos, y coincidieron en señalar que les resultaban más útiles los ejemplos de perfiles profesionales mostrados que las instrucciones para el manejo de las redes sociales (por ejemplo, cómo configurar la privacidad).

## 8. Conclusiones

La puesta en marcha de este proyecto ha traído consigo numerosas reflexiones y debates acerca del papel de la orientación profesional en un mercado laboral tan cambiante y en una sociedad tan hiperconectada como en la actualidad.

El SIPE, en sus 16 años de historia, se ha caracterizado por **mantenerse alerta ante las innovaciones tecnológicas** e integrarlas en los servicios que presta a los demandantes de empleo. Por ejemplo, incorporó fotografías digitales en los currícula vitae de los usuarios cuando el carrete todavía era habitual para la mayoría de la población.

## 2º Premio

### Categoría de instituciones, organizaciones y centros

de empleo. Por ejemplo, incorporó fotografías digitales en los currícula vitae de los usuarios cuando el carrete todavía era habitual para la mayoría de la población.

**La web 2.0 supuso un nuevo reto** en la lista de innovaciones tecnológicas a incorporar. Sin embargo, los empleados del SIPE nos dimos cuenta de que en esta ocasión la cuestión no se reduce a integrar una nueva tecnología en el trabajo de orientación.

A medida que nos documentábamos acerca de las redes sociales para el empleo tomamos conciencia de que **lo que está se está transformando realmente es la filosofía de la búsqueda de empleo en sí misma.**

Cada vez es más importante pensar en uno mismo como un **profesional que oferta un determinado servicio** y no tanto como un empleado por cuenta ajena que espera a que le llamen (aunque no existe una frontera opaca entre ambas cosas). Fruto de esta reflexión surgió el cómic sobre la marca personal, protagonizado por Lorenzo, posiblemente el material de orientación más completo de todos los que se han publicado.

Al mismo tiempo que el SIPE espera ayudar a los desempleados a adentrarse en el amplio universo 2.0, sus trabajadores también esperamos que los recursos que ofrece les sirvan de motivación para ganar confianza en su propio trabajo y, de esta forma, en sí mismos como personas.