



## EDICIÓN PREMIOS EDUCAWEB DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL 2014

Categoría A

**Servei Ocupació de l'Ajuntament de Terrassa**

## TÍTULO

# γ 2.0

**Gamma 2.0: valores, influencia y red**

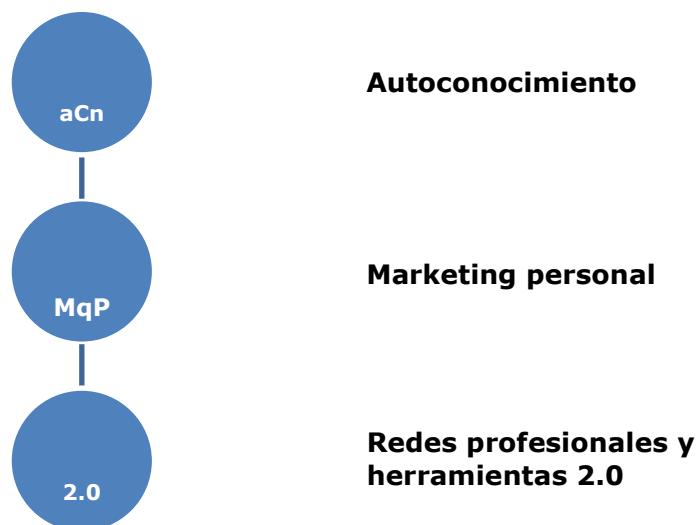
## DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA Y OBJETIVOS

La propuesta que presentamos se centra en un trabajo de orientación personal y profesional que consiste en la preparación de personas adultas en situación de cambio profesional, de forma que cuando decidan iniciar su camino en busca de empleo lo hagan con las mejores garantías. La intervención Gamma 2.0 que proponemos es un proceso acotado en el tiempo que facilitará a las personas abordar el trabajo del proyecto profesional desde un prisma de orientación diferente al realizado hasta ahora.

Cuando hacemos referencia al término *preparación*, nos centramos en el diseño de un acompañamiento de personas que están comprometidas con la idea de dar un giro a su situación actual y que, para ello, están dispuestas a trabajar con profundidad en diferentes bloques (que consideramos fundamentales) para el desarrollo de un futuro proyecto profesional.

Estos bloques son principalmente tres:

**Autoconocimiento, marketing personal y redes profesionales y herramientas 2.0**



Estos tres bloques, en los que se fundamenta el proyecto, se abordan mediante un trabajo grupal que consiste en la participación en formaciones llamadas **espacios de conocimiento**.

La experiencia consiste en que las personas que así lo decidan y que se

comprometan empiecen a realizar una formación en **autoconocimiento** para abrir un tiempo de reflexión que les permita tomar conciencia de aspectos intrínsecos importantes, a tratar antes de empezar a buscar un nuevo empleo y que, a menudo, son obviados.

En esta formación, la persona se explora a sí misma a través de una reflexión personal, desde la vertiente más introspectiva, y recibe herramientas para que tome conciencia de qué es, qué valor da a su persona, cuáles son sus puntos fuertes, en qué cosas destaca y en cuáles experimenta más dificultades, cómo se relaciona con los demás, con el entorno y ante las diferentes situaciones de la vida.

Una vez examinada la temática sobre el autoconocimiento, proponemos seguir trabajando con las personas para que pongan en valor la información sobre sí mismas a través del **marketing personal**. En este espacio de conocimiento aprendemos a descifrar cuáles son las competencias personales de cada participante, las potencialidades. Pretendemos profundizar en aspectos como la marca personal y por qué es importante.

Remarcamos el rasgo diferencial de cada persona, incidimos en la importancia de la imagen que proyectamos hacia los demás. Una vez trabajados todos estos aspectos, reflexionamos sobre cómo hacernos visibles mediante la elaboración de un plan de marketing. Cómo debemos explicar a los demás lo que somos.

A partir del trabajo realizado en los espacios anteriores, las personas son capaces de usar las herramientas que nos facilita la incursión de las nuevas tecnologías en nuestras vidas, también en el ámbito profesional, a través de los medios sociales.

El itinerario que presentamos finaliza con el espacio **redes profesionales y herramientas 2.0**. Tras el trabajo de los aspectos más personales y posteriormente la elaboración del plan de marketing ya se está preparado para difundirlo.

Los medios sociales son un canal más a tener en cuenta para la consecución del proyecto profesional. Podemos emplear estas herramientas para promocionar nuestra marca personal y conseguir arrancar el proyecto profesional elaborado en las anteriores sesiones. Una vez definido, enseñamos a usar herramientas como LinkedIn y Twitter para buscar empleo, establecer contactos profesionales, posicionar la marca personal, compartir información, así como otras que están relacionadas, como el CV 2.0 y las técnicas de presentación virtual.

### **Los objetivos de estas actuaciones son:**

#### **Autoconocimiento**

- **Salir del aislamiento** y encontrarse con personas que están en la misma búsqueda.
- **Fortalecer** los puntos fuertes y conocer los recursos con los que contamos.
- Reconocer la **vocación** y qué hacer al respecto.
- Sentir la situación como **oportunidad de desarrollo**.
- **Visualizar** los caminos y las opciones disponibles.
- Aprender **recursos y herramientas** para ayudar en el día a día.
- Diseñar un **plan de acción** para ponerlo en marcha.

#### **Marketing personal**

- Potenciar el **autoconocimiento auténtico**.
- Descubrir el **talento** y darle **visibilidad**.
- Valorar el **compromiso** con el **plan personal**.
- Transformarse para alcanzar la **mejor versión**.
- Generar **influencia** en el entorno.
- Interiorizar la **marca personal**.

## Redes profesionales y herramientas 2.0

- Proporcionar las herramientas y recursos necesarios para aumentar **la autonomía y la eficiencia en la búsqueda de trabajo**.
- Configurar una **búsqueda personalizada** según el objetivo laboral y los intereses profesionales.
- Realizar un **proyecto de marketing personal en la búsqueda de empleo por Internet**.
- Conocer y saber utilizar los actuales canales de captación de personal y otros **recursos de la web 2.0**. (LinkedIn, Twitter, Facebook, páginas especializadas, etc.).

## JUSTIFICACIÓN

En estos últimos años, la realidad del mundo que nosotros conocemos ha cambiado drásticamente y, sobre todo, ha transformado el escenario laboral.

Las entidades que nos dedicamos a la mejora del empleo habíamos disfrutado de muchos recursos tanto a nivel humano como a nivel económico. Esta posesión se veía traducida en la posibilidad de ofrecer varios programas relacionados con la orientación, proyectos propiamente de intermediación, una amplia oferta formativa, dispositivos que integraban diferentes acciones, etc.

Además, las empresas requerían personal con frecuencia (desde perfiles más técnicos hasta perfiles menos calificados) y las personas, en definitiva, tenían más posibilidades de encontrar un trabajo que se adaptara a sus necesidades y capacidades.

En la actualidad, este panorama ha sufrido un gran cambio. Las entidades dedicadas al campo ocupacional debemos centrar nuestros esfuerzos, no tanto en poner en contacto demandante y oferta, ya que esta es prácticamente inexistente, sino en dotar de todos los recursos y competencias a las personas que buscan empleo para que puedan convertirse en las candidatas adecuadas cuando esta situación mejore o puedan encontrar aquello en lo que son mejores y hallar su lugar en el mercado laboral.

Históricamente hemos llevado a cabo proyectos diseñados desde otras instituciones, en la línea del acompañamiento a la inserción con objetivos finalistas, considerando la inserción laboral como el éxito. Estos objetivos deben sufrir un cambio desde las entidades de atención a la ciudadanía, ya que somos los únicos servicios que podemos formar parte de la transformación que necesita la población desempleada y deberíamos centrarnos en aspectos fundamentales para el desarrollo integral de la persona en el campo profesional.

El autoconocimiento y la conciencia de la gama competencial con la que cuentan las personas que buscan empleo, así como la visibilidad en el entorno digital, conocer en detalle los sectores profesionales y, especialmente, saber transferir nuestro

potencial personal y disminuir los aspectos a mejorar son los ejes que tendremos en cuenta.

Como entidad de ámbito local para la mejora del empleo, y como empresa dinamizadora del mercado de trabajo y de las personas en situación de paro, debemos convertirnos en una entidad que lidere el plan estratégico personal y ayude a formular las bases del conocimiento necesario para conseguir el éxito profesional con las máximas garantías.

Aun así, no tenemos que dejar a un lado el conocimiento desarrollado durante todos estos años de dedicación al campo ocupacional; hemos de estar alerta para asumir las variaciones de los factores estructurales que regulan los flujos económicos y adaptarnos a estos. Nuestro objetivo sigue siendo mejorar el empleo, y ello se traduce en la adquisición de un trabajo –ya sea a corto, a medio o a largo plazo–, y nuestra metodología se adaptará a la necesidad del momento actual.

## DESTINATARIOS

GAMMA 2.0 es una propuesta para personas entre 16 y 65 años que están en situación de paro o quieren hacer un cambio en su vida profesional. Para participar en ella deben tener motivación y capacidad para trabajar el desarrollo personal, estar dispuestas a mejorar e ir más allá de la situación en la que se encuentran actualmente, así como comprometerse a finalizar los espacios diseñados con esta finalidad. Deben disponer de un buen nivel de comprensión de la lengua catalana o castellana y de conocimientos informáticos.

## RECURSOS

Para desarrollar esta actividad disponemos de una misma persona por edición que dinamiza las tres etapas de formación. El clima de confianza creado en las sesiones grupales y el conocimiento que se adquiere, compartiendo las horas de formación, contribuyen a que la persona dinamizadora pueda ayudar en la evolución que se va definiendo a lo largo de las 60 horas del proyecto.

Hay que puntualizar que contamos con personal especializado dentro del equipo técnico de asesoramiento para dirigir la actividad y que no siempre será la misma persona para las cinco ediciones.

En cuanto a recursos materiales, necesitamos material de soporte para desarrollar las sesiones: aula con videoproyector y ordenador, dado que muchas de las actividades se complementan con material audiovisual, libretas, bolígrafos, hojas de colores, pizarra y más material para las dinámicas a realizar.

El total del presupuesto para el desarrollo, teniendo en cuenta el precio por hora del formador (45 €/h) y 800 € de material fungible, es de **14.300 €**.

## METODOLOGÍA

La actividad GAMMA 2.0 se basa en tres formaciones complementarias entre ellas de 20 horas de duración por bloque, con una periodicidad bimensual.

Se inicia con el **autoconocimiento**, un espacio de conocimiento de 4 horas diarias durante cinco días.

Posteriormente se desarrolla el espacio de **marketing personal**, también de 20 horas de duración con la misma distribución.

Finalmente se lleva a cabo lo mismo con **redes profesionales y herramientas 2.0**.

La metodología de las tres etapas de formación se centra en la participación; se trata de espacios prácticos y vivenciales en los cuales, mediante actividades, se atienden a las necesidades y ritmos del grupo más allá del concepto de *formación al uso*.

Fomentamos el aprendizaje a partir de la experimentación de emociones y pensamientos para pasar posteriormente a la acción.

Se transmiten los conocimientos de forma cílica, utilizando un lenguaje en positivo y que conduzca a la creación y la acción.

Se gestiona el tiempo y se trabaja con la gestión de la energía del grupo.

Se potencia la reflexión, la inspiración y la elaboración del plan de trabajo.

## FECHA DE INICIO DEL PROYECTO

4 de marzo de 2013

Calendari d'accions																																		
MARC 2013																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
		Autoconeixement					Màrqueting Personal					Xarxes i Eines 2,0																						
MAIG 2013																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
		Autoconeixement					Màrqueting Personal					Xarxes i Eines 2,0																						
JULIOL 2013																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
		Autoconeixement					Màrqueting Personal					Xarxes i Eines 2,0																						
SETEMBRE 2013																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
	Autoconeixement					Màrqueting Personal					Xarxes i Eines 2,0																							
NOVEMBRE 2013																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
	Autoconeixement					Màrqueting Personal					Xarxes i Eines 2,0																							

El primero de los cinco grupos programados se inicia en marzo y une continuamente los tres espacios de formación.

## DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

## **Espacio Activa el autoconocimiento**

### **SESIÓN 1: El proyecto profesional**

- Presentación de la formadora.
- Introducción al espacio de conocimiento, conceptos que se trabajarán y objetivo de la sesión: reflexionar, pensar, definir... nuestro proyecto profesional.
- Lectura de artículo: 10 razones para definir el objetivo profesional.
- Actividad de presentación por parejas (Actividad 1).
- Recopilación, por escrito, de las presentaciones y relación con el contenido que se irá trabajando a lo largo del espacio.
- Ejercicio de recogida de información (por parte de la formadora) de las presentaciones realizadas presentado en tres columnas (*De dónde procedo, Dónde estoy ahora, A dónde quiero ir*).
- Reflexión conjunta que se relacionará con el resto del contenido de la sesión, con el objetivo laboral y el proyecto profesional.
- Trabajo sobre las reflexiones recogidas sobre el futuro (*a dónde quiero ir*) para vincularlas al objetivo laboral y al proyecto profesional.
- Definición de *autoconocimiento*: se recogen las definiciones que el grupo ha elaborado sobre los conceptos de *autoconocimiento*, introduciendo la parte teórica de este término.

### **SESIÓN 2: El proyecto profesional**

- Repaso de la sesión anterior: *¿Qué he aprendido?*
- Introducción y definición de los conceptos:
  - intereses profesionales
  - motivaciones
  - conocimientos y competencias profesionales
- Ejemplo de análisis de competencias del perfil profesional de aspirante a técnico de sistemas informáticos.
- Actividad: Análisis de las competencias transversales del perfil de camarero/ra (Actividad 2).
- Se divide la clase en tres grupos para analizar las competencias (básicas, técnicas y transversales) del perfil profesional.
- Posterior puesta en común y reflexión.
- Actividad: Evalúa tus competencias.
- Definición de *objetivo profesional*.

- Definición de *balance profesional* y *proyecto profesional*.
- Actividad: Análisis de los factores ocupacionales. (Actividad 3)  
Definición de *empleabilidad* y *factores ocupacionales*.
- Actividad: Elaborar el proyecto profesional. (Se reanudará en la 5<sup>a</sup> sesión.) (Actividad 4)
- Vídeo de cierre de la sesión: «Atrévete a soñar» (objetivo profesional, autoconocimiento...).

<https://www.youtube.com/watch?v=40mbsKBSWwY&list=PLqsxQzpEYTMkmk7bCddDvJKyrdUT45h92>

### **Sesión 3: Mejora tu autoestima**

- Repaso de la sesión anterior: *¿Qué he aprendido?*
- Introducción de la sesión.
- Vídeo «Automotivación para despertar y afrontar un nuevo día». Preguntas de reflexión sobre el vídeo, puesta en común y recogida de ideas.
- Marco teórico: autoconcepto + autoconocimiento.
- Actividad: Definimos nuestra autoestima.
- Marco teórico de la autoestima.
- Actividad: Test de autoestima (plantilla + autocorrección).
- Actividad: Modelos a elegir.
- Actividad: Características personales.

### **Sesión 4: Mejora tu autoestima**

- Repaso de la sesión anterior: *¿Qué he aprendido?*
- Marco teórico: barreras cognitivas.  
Pensamiento racional/irracional y distorsiones cognitivas.
- Vídeo «Distorsiones-pensamientos racionales/irracionales».
- Marco teórico de los impulsores emocionales.
- Cuestionario de drivers.
- Actividad: Atacando nuestra autoestima.
- Marco teórico: Enemigos del aprendizaje.
- Marco teórico: Gestión de la frustración y gestión del tiempo.
- Actividad: ¡Yo también tengo éxito!

### **Sesión 5: Comunicación**

- Repaso de la sesión anterior: *¿Qué he aprendido?*
- Definición de *comunicación*.
- Elementos que intervienen en la comunicación.
- Actividad 1: Dinámica distorsión en la comunicación (El rumor o figuras geométricas).
- Tipos de comunicación.
- Estilos comunicativos
  - Ejemplos teatralizados sobre los tres estilos de comunicación:  
<http://www.youtube.com/watch?v=BdyVCvr81UA>
  - Ejemplo de comunicación agresiva en un fragmento de película:  
<http://www.youtube.com/watch?v=skhtHKQStKg>
  - Comunicación pasiva en un fragmento de película:

<http://www.youtube.com/watch?v=qCFDTt1Jc6Y>

- Actividad 2: Test de asertividad.
- ¿Por qué no somos asertivos?
- Características de la persona asertiva.
- Estrategias.
- Actividad 3: Criticando constructivamente (parejas).
- Barreras a la comunicación.
- Actividad 4: Dinámica: «no escuchar».
- Vídeo: fragmento de la película *Love Actually* en el que queda reflejado cómo a veces no escuchamos a los demás.  
<http://www.youtube.com/watch?v=lgNsQSzmD0w>
- Facilitadores de la comunicación.
- Recuperación del proyecto profesional y puesta en común.

Cierre del espacio de conocimiento y valoraciones.

### **Espacio Marketing personal**

#### **Sesión 1: Marketing personal**

- Presentación de la situación actual ante el grupo después de la participación en el espacio de conocimiento.
- Visualización, recogida de impresiones y puesta en común del vídeo «Historia de reputación *online* y marca personal»  
<http://www.youtube.com/watch?v=Ibhcyq2ZN10&feature=youtu.be>
- Recogida sobre las ideas surgidas de la pregunta *¿Sobre qué trata el vídeo?* para introducir los conceptos de *imagen, Internet, creatividad, marca personal, reciclaje, reinventarse...*
- Presentación en grupo: tres grupos de cinco personas. Primero se presentan individualmente delante de su grupo y las otras cuatro anotarán el rasgo más significativo de cada una de ellas. Después, entre todos, elegirán la manera (método, plataforma, estrategia...) de presentarse como grupo.
- Actividad de presentación: deben presentarse con la mayor brevedad posible. Se facilitará material para que puedan hacer la presentación grupal.
- Valoración de los diferentes aspectos que aparecen y la identidad como grupo analizando diferencias y/o similitudes y estrategias mientras realizan la presentación.
- Lluvia de ideas y definición grupal del concepto *marketing personal*.
- Contextualización y definición del concepto.
- Refuerzo del concepto mediante la lectura del artículo «Es el momento de gestionar tu marca personal»

<http://www.puromarketing.com/29/16129/momento-gestionar-marca-personal.html>

- Visualización y recogida de impresiones del vídeo «¿Qué es la marca personal?»

<http://www.youtube.com/watch?v=cdKsDHsOm5g&feature=youtu.be>

- Recogida de propuestas y comentario sobre las frases que consideramos más destacadas: *es la huella que dejas en el corazón, es encontrar lo diferente, lo relevante, sé tú mismo, los demás puestos están ocupados...*

## **Sesión 2: Marca personal y plan de marketing**

- Repaso de la sesión anterior: *¿Qué he aprendido?*
- Introducción al concepto de *marca personal*  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Marca\\_personal](http://es.wikipedia.org/wiki/Marca_personal)
- Análisis de un anuncio de publicidad de Coca-Cola y de la carta de autocandidatura de Leonardo da Vinci  
<http://www.youtube.com/watch?v=03a8SCBd5r0>
- Visualización del vídeo sobre desarrollo de la marca personal  
<https://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=WZj05iiF2Wk&NR=1>
  - Cuestiones sobre marca personal.
  - Visualización y recogida de impresiones del vídeo sobre diferenciación.
  - «En busca de la felicidad»: <http://www.youtube.com/watch?v=t8po1s5tCDw>
  - Actividad para crear la propia marca personal.
  - Lectura de artículo (10').
  - «*Elevator Pitch*: preséntate e impacta»  
<http://emprenem.ara.cat/barcelonatreball/2013/01/21/elevator-pitch-presentado-y-impacta/>
  - Dinámica sobre la creación de un eslogan propio.
  - Dinámica: presentación del eslogan por parejas (fotocopia ejercicio práctico Lee Hecht Harrison).
  - Vídeo «Cuentos de Branding. Primero Estrategia. Episodio 2». *Jamaicanos* (1,36')  
[http://www.youtube.com/watch?v=VUOj0\\_DdVo8&feature=em-share\\_video\\_user](http://www.youtube.com/watch?v=VUOj0_DdVo8&feature=em-share_video_user)
  - Vídeo «Uno mismo en 74 segundos» (1,15')  
<http://www.youtube.com/watch?v=dBi16n9IFY0&NR=1&feature=endscreen>:
  - Vídeo «Hay que saber venderse».  
[http://www.youtube.com/watch?v=jqwIgtQLU3A&feature=youtu.be&goback=%2Egde\\_4331982\\_member\\_232177837](http://www.youtube.com/watch?v=jqwIgtQLU3A&feature=youtu.be&goback=%2Egde_4331982_member_232177837)
  - Preguntas a responder:
    - ¿Cuál es tu rasgo diferencial como trabajador?
    - ¿Qué sabes hacer mejor que nadie en el trabajo?

## **Sesión 3: Estrategias de visibilidad**

- La mercadología: pasos para crear nuestra marca. Conceptos teóricos  
<http://www.puromarketing.com/social-media-marketing>
- Artículo «¿De qué depende el éxito de tu *personal branding*?»  
<http://www.puromarketing.com/29/16118/depende-exitobrandingpersonal.html>
- Vídeo para ejemplarizar la visibilidad: «Xavi Falgar». *Político asesorado*  
<http://www.youtube.com/watch?v=fFhSJMXU23s&feature=youtu.be>
- Lista y descripción de las herramientas para darme a conocer.

- Ejemplos de videocurrículum: «Los 5 CV más creativos»  
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/redes/curriculo-crisis-originales-2392435>
- Cómo hacer un videocurrículum:  
<http://www.youtube.com/watch?v=EQJYB8yjsxs>
- Ejemplos de videocurrículum:  
<http://www.youtube.com/watch?v=YJoSDcpVhnw>  
<http://www.youtube.com/watch?v=cFAbE76XHe4>
- Ejemplo de CV en Prezi: <http://prezi.com/zmcvjkqpb/cv-pablo-suero/>
- Artículos «Las redes sociales no sirven para buscar trabajo» o «Cómo crear tu marca personal».
- Hacer referencia a este blog: <http://tumarcapersonal.com/blog/>
- Artículo «Discovering hands».
- Explicación: Desarrolla tu plan de marketing personal

Identifica cuáles son los puntos fuertes que definen tu marca personal: ¿Qué tienes de positivo y diferente para potenciar y vender en el mercado?

- Diseña tu plan de marketing personal: pone en marcha tu creatividad. Exposición breve, de tres minutos aproximadamente. Puedes utilizar todas las herramientas que consideres (Prezi, Power Point, audio, imágenes, discurso...).

## **Sesiones 4 y 5: Presentación y valoración del diseño del plan de marketing personal individual**

¿Cuáles son los puntos que han trabajado y que les han ayudado a poner en marcha el plan?

¿Cómo han contestado a las preguntas sobre los puntos fuertes de la marca? ¿Qué tiene de positivo y diferente para potenciar y «vender»?

¿Han concretado la presentación de la marca en un eslogan?

Analicemos tres puntos fundamentales:

- Elaboración de la MARCA
- Promoción de la marca (ESTRATEGIAS)
- Repaso de los puntos:

CONÓCETE A TI MISMO  
 FÍJATE UNOS OBJETIVOS  
 COMUNÍCALO Y ACTÚA  
 REVISA Y PLANTEA OBJETIVOS NUEVOS SI ES NECESARIO

Presentación del plan de marketing de todos los miembros del grupo.

Feedback grupal: ¿Qué perciben los demás de mi marca profesional? ¿Coincide con lo que yo quiero transmitir?

- Aspectos positivos
- Aspectos a desarrollar

Otros puntos que hay que trabajar en función del material que aporten y de las dudas:

EJEMPLO PLAN DE MARKETING  
ARTÍCULOS RELACIONADOS POSICIONAMIENTO WEB  
REPASO ELEVATOR SPEECH 2.0  
COMPARACIÓN CON LO QUE SE HIZO EN LA 2<sup>a</sup> SESIÓN  
OTROS ARTÍCULOS

Cierre y valoración del espacio.

## **Espacio Redes profesionales y herramientas 2.0**

### **Sesión 1**

- Presentación de cada persona en función del plan de trabajo elaborado y de la marca personal.
- Web 1.0/ Web 2.0.
- Vídeo sobre redes sociales:  
<http://www.youtube.com/watch?v=8WAbBKuHAg>
- Redes sociales (generalistas y profesionales).
- Vídeo sobre cómo afectan al mercado laboral:  
[http://www.youtube.com/watch?v=Pw\\_spBpzd4](http://www.youtube.com/watch?v=Pw_spBpzd4) (conclusiones candidatos, conclusiones empresas)
- Vídeo sobre el estudio de redes sociales:  
<http://www.comfiacomo.es/blog/crecimiento-de-las-redes-sociales-en-espana/>
- Conceptos: *identidad digital, reputación online, networking, marca personal.*
- *Ecosurfing.*
- Currículum 2.0.
- Explicación sobre Twitter (apartados, privacidad... y creación de cada uno de ellos).
- Priorizar páginas de búsqueda de empleo: **@TrsOcupacio @infojobs @Infoempleo @RedTrabajarES**

### **Sesión 2**

- Espacio para la práctica de Twitter.
- Visualizar vídeo:  
[http://www.youtube.com/watch?v=OMnm0x\\_yAM&feature=youtu.be](http://www.youtube.com/watch?v=OMnm0x_yAM&feature=youtu.be)

- Facebook (apartados, privacidad, etc.) y creación del perfil.  
Priorizar páginas de búsqueda de empleo:
  - \* Empleo Barcelona
  - \* Empleo Vallès
- LinkedIn (explicar solo apartado perfil, cómo realizar extracto: consejos y concepto SEO).
- Abrir perfil de Facebook (datos y privacidad) + sincronizar con Twitter.
- Abrir perfil de LinkedIn (extracto + perfil).

### **Sesión 3**

- LinkedIn (continuar apartados: inicio, perfil, red, empleos e intereses + revisar configuración).
- Funcionamiento ofertas, empresas y grupos.
- Apuntarse a grupos y perfiles.
- Comunidad creada por la institución.
- Grupos relacionados con intereses y perfil profesional.
- Objetivos a alcanzar antes de finalizar el espacio.

### **Sesión 4**

- Perfeccionar el perfil en todos sus apartados.
- Sincronizar con Twitter.
- Objetivos: 10-15 contactos / 7 empresas / 7 grupos / Guardar búsqueda de oferta.
- Buscar artículo interesante del sector y colgarlo en un grupo o inicio.
- Pedir presentaciones.
- Funcionamiento de las recomendaciones.

### **Sesión 5**

- Dejar tiempo para completar objetivos en LinkedIn.
- Trabajar la red de contactos.
- Explicar CV 2.0 con diferentes aplicaciones:
  - Resume Builder (LinkedIn)
  - Vizualize.me (confeccionar con esta aplicación)
  - Re.vu

Cierre y valoración del espacio.

## **EVALUACIÓN**

Como indicador cuantitativo valoramos el índice de participación de las personas durante el bloque de espacios de conocimiento. Los grupos están pensados para 20 personas. La media de participación al final de cada espacio es de 17,5.

Por otro lado, la evaluación y el análisis de las necesidades de las personas participantes nos han llevado a valorar un aspecto fundamental que se genera durante las 60 horas que comparte un mismo grupo. Esta fuerza producida por el grupo es lo que les anima a seguir luchando y trabajando para la consecución de sus objetivos.

A lo largo de estas formaciones, los participantes atraviesan un sobresalto personal y realizan una mirada en el interior que abre las puertas a un cambio de perspectiva y, posteriormente, a la proyección exterior.

De este modo nacen, como continuación de la participación en el proyecto Gamma 2.0, los grupos de acompañamiento al empleo.

El eje clave a fomentar, aprovechando las sinergias creadas durante los espacios de conocimiento, estará formado por la autoestima y la confianza en las personas, con el fin de generar el protagonismo suficiente para participar de forma activa y con bastante fortaleza en sus propios procesos de inserción.

Al final de cada bloque del proyecto GAMMA 2.0 se lleva a cabo una valoración y se recogen las reflexiones, las sugerencias y las mejoras por medio de los siguientes ítems:

#### **CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN ESPACIOS DE CONOCIMIENTO**

**Por favor, dedique un momento a contestar esta encuesta. La información que nos proporcione nos ayudará a mejorar su atención.**

ESPACIO DE CONOCIMIENTO:

1. ¿En qué medida se han cumplido sus expectativas?

**1                   2                   3                   4                   5**

\*1 significa que no se han cumplido y 5 significa que se han cumplido totalmente.

2. En caso de no ser lo que esperaba, ¿por qué?

3. ¿En qué medida cree que le puede servir para mejorar su posicionamiento en la búsqueda de empleo?

**1                   2                   3                   4                   5**

\*1 hace referencia a «no me servirá» y 5 a «será de mucha utilidad».

4. Marque con una X su nivel de satisfacción con los siguientes aspectos:

<b>ATENCIÓN RECIBIDA Y CONSECUCIÓN DE LOS CONTENIDOS</b>	Nada	Bastante	Mucho	Totalmente
La claridad de las explicaciones y la información dada.				
La adecuación entre los objetivos y los contenidos de la acción.				

Los contenidos expuestos han respondido a mis necesidades.			
Los contenidos son de aplicación práctica para mi desarrollo profesional y/o personal.			
Los materiales didácticos y recursos utilizados son claros, comprensibles y adecuados.			
La duración de la acción ha permitido alcanzar mis expectativas iniciales.			
Me he sentido a gusto.			
El profesional que ha impartido el módulo me ha motivado.			

#### ¿QUÉ VALORACIÓN TOTAL (DEL 1 AL 10) OFRECES A LA ACCIÓN REALIZADA?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

Realice cualquier comentario, mejoras y/o sugerencias con respecto al servicio recibido:

La satisfacción de los participantes en esta formación, integrada por tres bloques, es bastante elevada, ya que obtenemos una media de puntuación de 8,7 en la valoración total.

Las personas aportan observaciones cualitativas a los espacios abiertos, que nos ayudan en la constante evolución de los contenidos teniendo en cuenta la innovación y la creatividad.

#### CONCLUSIONES

Como entidad dedicada a la orientación profesional y a la formación para el aprendizaje a lo largo de la vida, es una gran satisfacción poder incidir en la trayectoria vital y profesional de las personas, con una mirada diferente a la que entidades como la nuestra veníamos utilizando hasta ahora.

La situación económica en la que nos encontramos nos ha obligado a abordar otro punto de vista y a centrar los esfuerzos para adentrarnos en una nueva metodología de trabajo. Esta también nos ha permitido intervenir desde una vertiente psicosocial y aprovechar las sinergias que se generan en los bloques, con el fin de facilitar los procesos que permitan acompañar a las personas en situación de desempleo y dotarlas de protagonismo.

Cabe destacar que este esfuerzo por el cambio ha sido promovido por un equipo de profesionales que se han implicado en la búsqueda, la innovación y la creación de materiales y metodologías adaptados a las necesidades actuales, incorporando aspectos novedosos en la orientación tradicional.

**GAMMA** 2.0 es el resultado del encaje de ideas, en un inicio, independientes, a pesar de que su puesta en práctica nos haya permitido ver que la combinación de estas es lo que prepara a las personas para dirigir su proceso profesional y enfrentarse a él.

Por un lado, la intervención **Gamma** 2.0 permite a los participantes adquirir competencias técnicas en la creación de la marca personal y en el tratamiento de la identidad digital; por otro, proporciona un espacio para abordar las situaciones derivadas del desempleo que posibilita reforzar y fortalecer la toma de decisiones que permiten llevar a cabo el plan de acción.

Se trata de una acción que fomenta la autoestima y la confianza y que potencia los recursos personales de los participantes, ya que los convierte en protagonistas de

su proceso de inserción sociolaboral. Se crea una red social que favorece la sensación de bienestar, de forma que se combate el aislamiento y la soledad en el proceso de búsqueda de empleo.

Como entidad hacemos una buena valoración del proyecto y la visualizamos como una intervención eficiente en cuanto a resultados y metodología. Dotar de herramientas innovadoras a las entidades de orientación es una realidad necesaria para mejorar y adaptarnos a las demandas en constante cambio que requiere el entorno.

\*Vídeo sobre la experiencia de un participante en los tres bloques de conocimiento.  
(Advertencia: en el vídeo aparece el nombre de la entidad.)

<https://www.youtube.com/watch?v=FFRs2Cx0KtI&feature=youtu.be>