

Caso: la huella digital que costó (o salvó) la entrevista

Estudio de caso en parejas sobre cómo la identidad y la huella digital influyen en un proceso de selección real. El alumnado analiza los perfiles online de dos candidatos al mismo puesto, decide a quién contrataría como reclutador y diseña después un plan de saneamiento y construcción de marca personal para el candidato descartado.

DURACIÓN

55 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

parejas

UNIDAD 5

Aprendizaje autónomo e identidad digital

MATERIALES

- Fichas de los dos candidatos con su rastro digital (incluidas abajo, fotocopiables)
- Criterios de evaluación del reclutador (incluidos abajo)
- Plantilla de plan de saneamiento y marca personal (incluida abajo)
- Resumen de identidad, huella digital y marca personal proyectado

ENCAJE CURRICULAR · Saberes RA5.a, RA5.b, RA5.c, RA5.d · Comp. específicas RA5 · Comp. clave CD, CPSAA, CCL

Planteamiento

Cuando envías un currículum, el reclutador no lee solo ese papel: te busca en internet. Lo hace casi siempre, aunque no lo diga. Lo que encuentre —o no encuentre— pesa en la decisión tanto como tu formación. La Unidad 5 ha distinguido identidad digital, huella digital y marca personal, y ha explicado cómo construir un perfil profesional coherente. En este caso te pones en el otro lado de la mesa: eres tú quien selecciona.

Trabajáis en parejas como reclutadores de una empresa que busca cubrir un puesto. Tenéis dos candidatos con la misma titulación y currículos parecidos, pero con rastros digitales muy distintos. Tendréis que decidir a quién contratáis y justificarlo, y después diseñar un plan para que el candidato descartado mejore su presencia online de cara a la próxima oportunidad. Porque mañana ese candidato podríais ser vosotros.

Tu huella digital habla de ti incluso cuando tú no estás delante. La pregunta no es si te van a buscar, sino qué van a encontrar cuando lo hagan.

Objetivos didácticos

- Distinguir identidad digital, huella digital y marca personal aplicadas a un caso real.
- Evaluar el impacto de la presencia online en un proceso de selección.
- Reconocer qué elementos de un perfil digital suman y cuáles restan empleabilidad.
- Diseñar un plan de saneamiento de la huella digital y de construcción de marca personal.
- Aplicar criterios de netiqueta y coherencia profesional al perfil propio.

Pasos

1. **Encuadre (5 min).** El profesor recuerda los conceptos clave y aclara que la mayoría de reclutadores consultan las redes de los candidatos.
2. **Lectura de los candidatos (10 min).** Cada pareja lee las fichas de los dos candidatos: currículum equivalente, pero distinto rastro digital (LinkedIn, redes públicas, resultados de búsqueda).
3. **Decisión de selección (15 min).** Como reclutadores, deciden a quién contratan usando los criterios de evaluación. Anotan tres razones digitales (no de formación) que inclinan la balanza.
4. **Plan para el descartado (20 min).** Diseñan un plan en dos partes para el candidato no elegido: **saneamiento** (qué eliminar, ajustar la privacidad o corregir) y **construcción** (qué crear o reforzar para una marca personal profesional: LinkedIn, portfolio, contenido del sector).
5. **Puesta en común (5 min).** Algunas parejas exponen su decisión y su plan. El profesor cierra con la idea de que la marca personal no se improvisa el día antes de la entrevista.

Los dos candidatos (fotocopiables)

Candidato 1 — Álex

- Titulación y prácticas equivalentes al puesto.
- LinkedIn vacío, sin foto, solo el nombre.
- En una búsqueda aparecen comentarios públicos agresivos en redes y fotos poco cuidadas con contenido sensible.
- Email de contacto: `elcrack_de_la_fiesta@correo.com`.
- Sin portfolio ni rastro profesional del sector.

Candidato 2 — Berta

- Misma titulación y prácticas que Álex.
- LinkedIn completo: foto adecuada, titular profesional, prácticas y competencias descritas, recomendación de su tutor de FCT.
- Comparte de vez en cuando contenido del sector y participa en grupos profesionales.
- Email: `berta.lopez.profesional@correo.com`.
- Redes personales con privacidad bien configurada; lo público es neutro o profesional.

Criterios del reclutador

¿A quién contratamos? Valora de cada candidato:

- Coherencia profesional del perfil
- Ausencia de contenido que dañe a la empresa
- Marca personal y conocimiento del sector
- Cuidado de la imagen y la netiqueta

Plantilla de plan para el candidato descartado

PLAN DE MEJORA DIGITAL • Candidato: _____

1. SANEAMIENTO (qué quitar / ajustar)
 -
 -
2. CONSTRUCCIÓN (qué crear / reforzar)

- Portfolio / contenido del sector:
 - Email y datos de contacto:
3. NETIQUETA (3 normas de conducta online)
-
-

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Decisión justificada	Elige con razones digitales, no de formación	25 %
Lectura de la huella	Distingue qué elementos suman y cuáles restan	25 %
Plan de saneamiento	Propone acciones concretas y realistas	20 %
Plan de marca personal	Construye una presencia profesional coherente	20 %
Netiqueta	Formula normas de conducta online aplicables	10 %

Variantes y extensiones

- **Variante autoauditoría.** Tras el caso, cada alumno se “googlea” a sí mismo y aplica el mismo plan a su propia huella digital (auditoría cruzada con la pareja).
- **Variante perfil falso positivo.** Añadir un tercer candidato con LinkedIn impecable pero contenido inflado o falso; debatir el riesgo de la marca personal exagerada.
- **Conexión con la Unidad 6.** El candidato seleccionado pasa al proceso de contratación, donde se trabaja el contrato y la nómina.

Material abierto de profedeeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE