

Diseño de servicios públicos

Codiseño para la digitalización de la ciudadanía como elemento de mejora y conservación de su nivel de empleabilidad.

Institut Municipal d'Ocupació Salvador Seguí

Julio 2023



Desarrolla el proyecto:

Fractal Strategy.

[Fractal](#) es una consultora impulsada por profesionales del diseño experimentados en todo tipo de ámbitos, de la industria a la universidad, que decidieron abrir su propia empresa dedicada al **diseño estratégico, diseño de servicios y diseño UX**.

@fractal_uxsd

Nuestro propósito es la transformación de organizaciones clave para la sociedad.

Trabajamos para las **administraciones públicas** que apuestan por la digitalización para hacer sus servicios más cercanos a la ciudadanía, las instituciones del **sector de la salud** que trabajan para proporcionar una mejor experiencia de paciente, y las **empresas** más **innovadoras**, que orientan su desarrollo a las necesidades de sus clientes.

Creemos en el pensamiento crítico, la escucha activa y la co-creación y aplicamos los **principios del diseño centrado en las personas** en nuestro trabajo. Divulgamos esta práctica a partir de nuestra propia comunicación, nuestro vínculo con la universidad y en la formación de profesionales de otros sectores que creen, como nosotros, que **el diseño nos puede ayudar a tomar mejores decisiones, resolver problemas complejos y conectar a las personas**.

Índice

● El proyecto	04
● Objetivos generales	05
● Metodología	07
● 1. Fase 1: Investigación.	09
○ 1.0. Contexto.	15
○ 1.1. Análisis de las personas usuarias.	17
○ 1.2. Mapa de experiencia actual	22
○ 1.3. Benchmark y tendencias.	34
● 2. Fase 2: Conclusiones y selección de retos.	49
○ 2.1. Hallazgos de la investigación.	50
○ 2.2. Retos.	63
● 3. Fase 3: Ideación. Prototipado. Test	76
○ 3.1. Ideación.	77
○ 3.2. Prototipado.	96
○ 3.3. Test.	107
● 4. Fase 4: Definición del servicio	129
○ 4.1. Blueprint del servicio.	133
○ 4.2. Soluciones y puntos de contacto.	136
○ 4.3. Plan de actuación e implementación.	160
○ 4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras.	164

El proyecto.

El **Institut Municipal d'Ocupació Salvador Seguí** ha realizado diversas aproximaciones a la problemática que presenta la creciente **digitalización de la sociedad** y su relación e impacto en la conservación del nivel de empleabilidad. Se ha identificado una red de agentes clave para afrontar este reto y se ha recopilado información sobre las personas destinatarias. También se han iniciado acciones encaminadas a reducir la brecha digital pero se observa que dichas acciones no se utilizan lo suficiente, se desconocen los servicios, lo que plantea preguntas sobre cómo conseguir que estos servicios los tomen las personas destinatarias como propios y con ello su experiencia de uso sea más positiva.

Bajo este contexto y partiendo del trabajo previo de diagnóstico, Fractal plantea la realización de un proyecto de **codiseño de servicios** que permita profundizar en el diagnóstico de situación avanzado por el Institut y cocrear mejoras e innovaciones que redunden en una mejor experiencias para las personas usuarias de los servicios. Un proyecto que como el Institut apunta, sea de “carácter eminentemente participativo, innovador y pragmático, centrado en detectar las necesidades de las personas participantes así como los puntos de mejora para que los servicios que se diseñen incluyan la visión de las personas destinatarias”.

Objetivos generales.

- Colaborar en el **acercamiento** de las instituciones a la ciudadanía. Sumar en la **apertura** de las instituciones mediante una experiencia de inteligencia colectiva.
- **Codiseñar un servicio** como modelo de acción pública en materia de participación.
- Entender las **necesidades** de todos los grupos de interés.
- Definir los **objetivos** del servicio.
- **Mapear** la experiencia actual de los/las usuarios/as, así como los distintos puntos de interacción, con una visión narrativa, secuencial y holística.
- Concluir un punto de vista alineado sobre los distintos **aspectos de mejora** de la experiencia de servicio.
- **Conceptualizar** propuestas de mejora del servicio. **Iterar** distintas soluciones en base a **prototipos** rápidos del servicio.
- Planificar una hoja de ruta para el **desarrollo e implementación** del nuevo servicio.

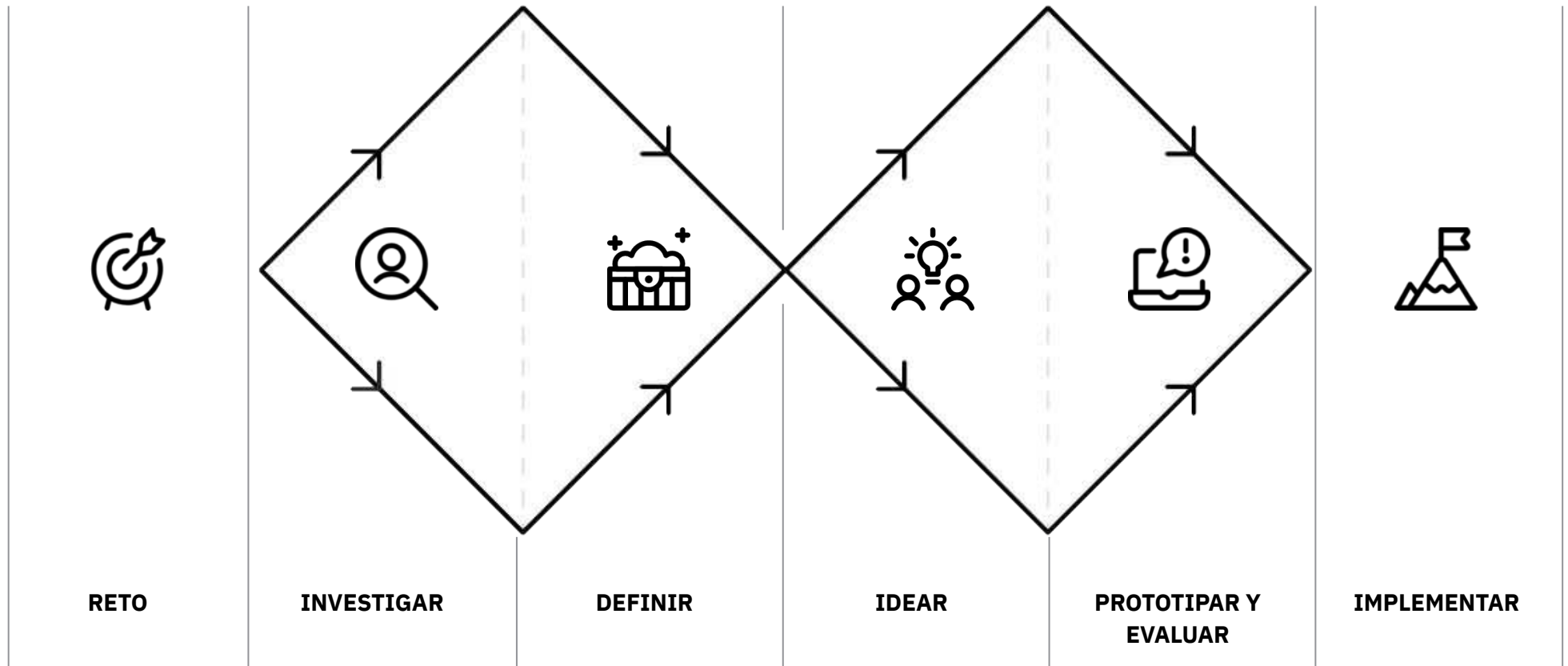
Institut Municipal d'Ocupació Salvador Seguí.

Metodología.

La metodología de trabajo se orienta a diseñar y desarrollar **un servicio que genere una experiencia única en el usuario, integrando los objetivos de la organización y las necesidades de las personas usuarias.**

Para ello se utilizan distintos **métodos de diseño y de participación ciudadana**, para la innovación centrada en las personas, tales como el **Design Thinking** y el **Diseño Centrado en el Usuario** que son adaptados a las necesidades del proyecto en cuestión.

Metodología.



Principios metodológicos.

1. Las **necesidades y requerimientos de los distintos grupos de interés**, se estudian desde un enfoque principalmente cualitativo mediante **técnicas etnográficas, entrevistas y procesos participativos, talleres**.
2. Los proyectos se abordan en **grupos de trabajo multidisciplinares** en los que los distintos agentes **identifican problemas y cocrean soluciones**.
3. El servicio se estudia como una secuencia de sucesos, identificando **momentos de la verdad y puntos de mejora**.
4. **Las soluciones son prototipadas y evaluadas** de forma constante en el proceso de diseño para poder aprender de los errores y mejorar.
5. Se trabaja bajo un enfoque holístico que permite una **visión global del servicio** en su contexto.

Fase 1:

Investigación.



Fase 1: Investigación.

Plan de investigación.



Reunión inicial

En una primera reunión de trabajo se estudiará el contexto del servicio, su situación actual y se revisará la información existente.



Inmersión en el contexto

Distintos safaris serán llevados a cabo a través de diferentes canales para descubrir problemas y necesidades, así como, generar la empatía necesaria con las personas usuarias detectando temas y cuestiones para ser trabajados en posteriores discusiones y entrevistas.



Encuentros con expertos

Encuentro con otros/as profesionales del servicio que nos compartieron su experiencia y nos ayudaron a identificar buenas prácticas que incorporar al rediseño del servicio.

Fase 1: Investigación.

Plan de investigación.



Análisis de “artefactos”

Se exploran y analizan diferentes puntos de contacto digitales y físicos.



Análisis de informes

La organización nos facilita diversos informes de interés para su análisis.

Fase 1: Investigación.

Plan de investigación.



Entrevistas a personas usuarias

Conversación guiada sobre una serie de temas previamente trabajados, fruto del proceso previo de observación e inmersión en el contexto.



Benchmark y tendencias

Se recogen soluciones aplicadas en ámbitos similares ante la misma problemática, en otras comunidades autónomas y países. De esta manera se exploran iniciativas relevantes que se han llevado a cabo a nivel nacional y europeo y se identifican tendencias que puedan ser fuente de inspiración.





Fase 1: Investigación.

1.0. Contexto.

En las primeras sesiones con el equipo identificamos los agentes implicados en el servicio y su nivel de relación con las personas usuarias objetivo.

1.0. Contexto.

Mapa de actores.

Barrios

La Mariola

La Noguera

...

...

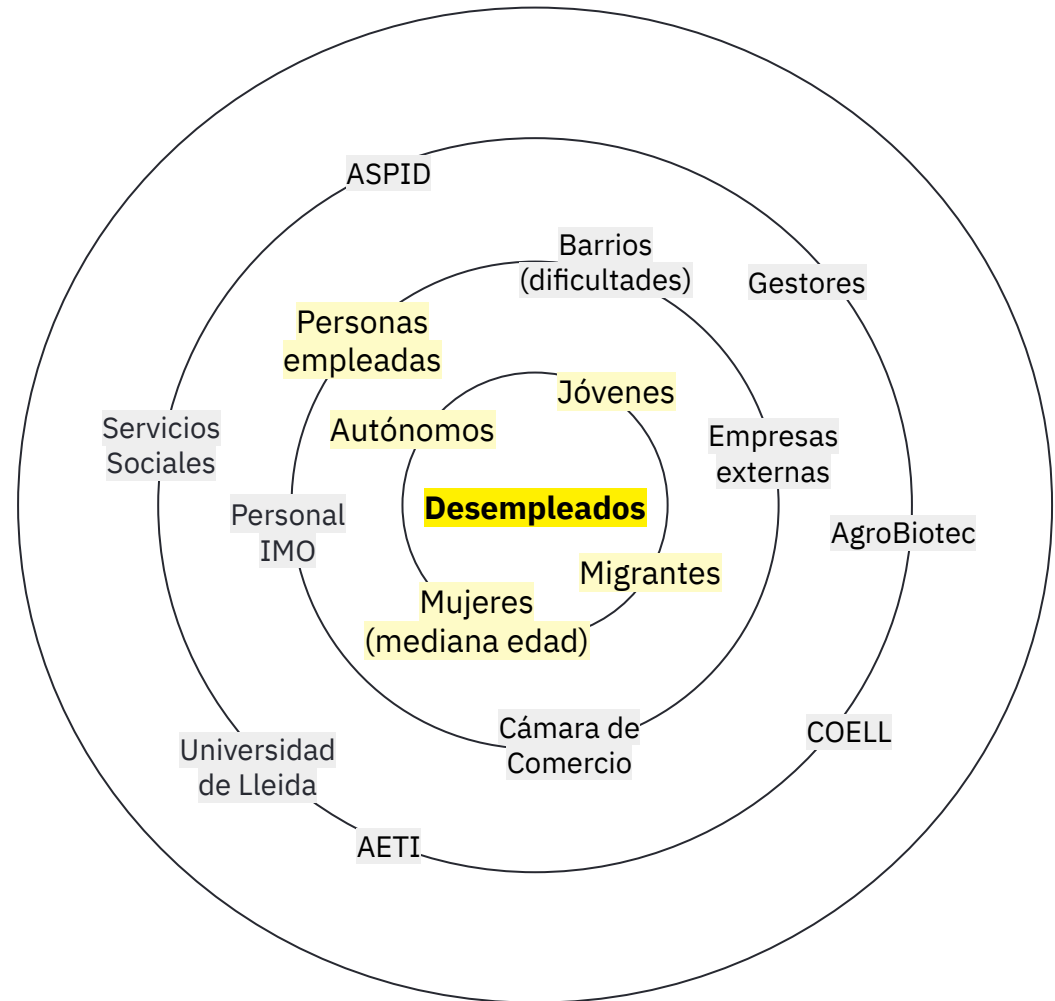
Personas empleadas

No ven la necesidad de seguir formándose.

Asociación de paraplégicos y discapacitados físicos de Lleida (ASPID)

Asociación de empresas de tecnologías y servicios de la información (AETI)

Confederación de organizaciones empresariales de Lleida (COELL)



Fase 1: Investigación.

1.1. Análisis de las personas usuarias.

En la sede central del IMO, ubicada en Lleida, tuvimos la oportunidad de hablar con 17 personas usuarias de diferentes servicios de la entidad. Repartidas en 3 sesiones, les planteamos una serie de temas y preguntas que pudieran ayudarnos a comprender mejor cómo había sido o estaba siendo su paso por el IMO, así como su opinión acerca de la digitalización y su visión a futuro respecto a la misma.

Con las motivaciones y barreras descubiertas en las entrevistas, junto a los informes facilitados por el IMO, construimos arquetipos que nos permiten visualizar de manera sintética, fácil y cercana para quién estamos diseñando.



1.1. Análisis de las personas usuarias.

Marc, estudiante en el IMO.

Todo se está
llevando a lo digital,
es el futuro.

Estar trabajando
puede ser una
barrera para
formarme, priorizo
el trabajo.

Motivaciones

- Formaciones y cursos conectados con sus motivaciones y con los que se identifica.
- **Interés por estar digitalizado** tanto en su día a día (uso de redes, compras online, etc.) como a nivel profesional, comprende la necesidad, **pero tiende a pensar que está bien preparado.**
- Presencialidad y colectividad, valora poder **compartir** con otros.
- **Hacer formaciones diversas** para tener más oportunidades laborales.
- **Poder conciliar estudios y trabajo:** reconoce el valor de la formación pero necesita ingresos.

Barreras

- **Desconocimiento de la administración.** Desconoce lo que necesitan saber y aprende conforme lo va necesitando.
- No tiene un **objetivo profesional** definido.
- La **necesidad de asegurarse un trabajo** le lleva a saltar de curso en curso.
- **Ve pros y contras a la formación online:** La ve conveniente si estás trabajando, al hacerlo desde casa o en horarios flexibles. Sin embargo, también cree que es fácil **perder la disciplina y la motivación** para completar el curso.



1.1. Análisis de las personas usuarias.

Carmen, desempleada a los 57.

Los tiempos han cambiado y me he tenido que espabilar.

No podemos esperar a jubilarnos para aprender.

Motivaciones

- **Sentirse independiente.** “Yo quiero ser como los jóvenes”, “No quiero tener que depender de nadie para mis cosas”.
- **Agilidad y facilidad:** reconoce ventajas en el formato digital que le aporta calidad de vida (Ej. No tener que desplazarse).
- **Aprender a otro ritmo** y con acompañamiento. Con mimo y paciencia.
- **Cultura digital:** aprender lo básico para saber moverse con seguridad (ciberseguridad, organización, identidad digital, etc.)

Barreras

- **Velocidad del cambio:** Sabe que cada día hay cosas nuevas que aprender y eso le abruma.
- Se encuentra con **nuevas necesidades digitales** que ya creía superadas (funcionalidades diferentes de programas que ya conocen).
- **Miedo a enfrentarse al aprendizaje:** “A no saber hacer lo que me piden que aprenda y **otros sí sepan**”.
- **Plataformas poco intuitivas,** difíciles de aprender a manejar *a la primera*.



1.1. Análisis de las personas usuarias.

Ousmane, trabajo intermitente.

Me gustaría encontrar un trabajo mejor.

Si me sale un trabajo, tengo que cogerlo.

Motivaciones

- Poder **trabajar** para obtener recursos económicos que le sustenten (y a su familia).
- Digitalización como puerta de entrada a más oportunidades laborales.
- Poder **desenvolverse en lo básico** con autonomía (CV, vida laboral, SS..)
- **No tener que depender** de otras personas.
- Poder mejorar sus condiciones laborales.

Barreras

- **Formaciones incompatibles** con su horario laboral.
- **Dificultad para comprender el idioma**, especialmente en el contexto formativo.
- Dificultades en el **reconocimiento de sus estudios**, formaciones y experiencia laboral en su país de origen.
- **Desconocimiento de los recursos** y ayudas disponibles.
- Recibe **información sesgada** y difusa por parte de otras personas en su situación.
- Desconocimiento de la Admón.



1.1. Análisis de las personas usuarias.

Montse, autónoma.

Ha sido un antes y un después en mi trabajo.

Pensaba que sabía mucho, pero no era así.

Motivaciones

- Mayor **agilidad en las gestiones diarias** (relación con el banco, control de stock, fichas de clientes..).
- **Ser más visible**, sentirse que tiene mayor presencia en el mercado.
- Establecer un **contacto más cercano y personal** con los/as clientes/as.
- **Rentabilizar** las herramientas digitales: sacarle provecho al móvil y al ordenador.
- **Mantenerse “al día”**, sentirse actualizada y competente digitalmente.
- **Ir un paso por delante** del cliente.

Barreras

- **Dificultad para aprender por sí misma**: desconoce qué recursos están a su alcance.
- **Desconocimiento del contexto digital**, visión ajena y magnificada del mismo.
- La **urgencia por “aprender a hacer”** le lleva a fuentes de información rápidas (amigos, otros profesionales) que le aportan información sesgada o incompleta.
- **Horarios** laborales y formativos **incompatibles**.
- Una vez digitalizada, **no encuentra cursos de mayor nivel** subvencionados.

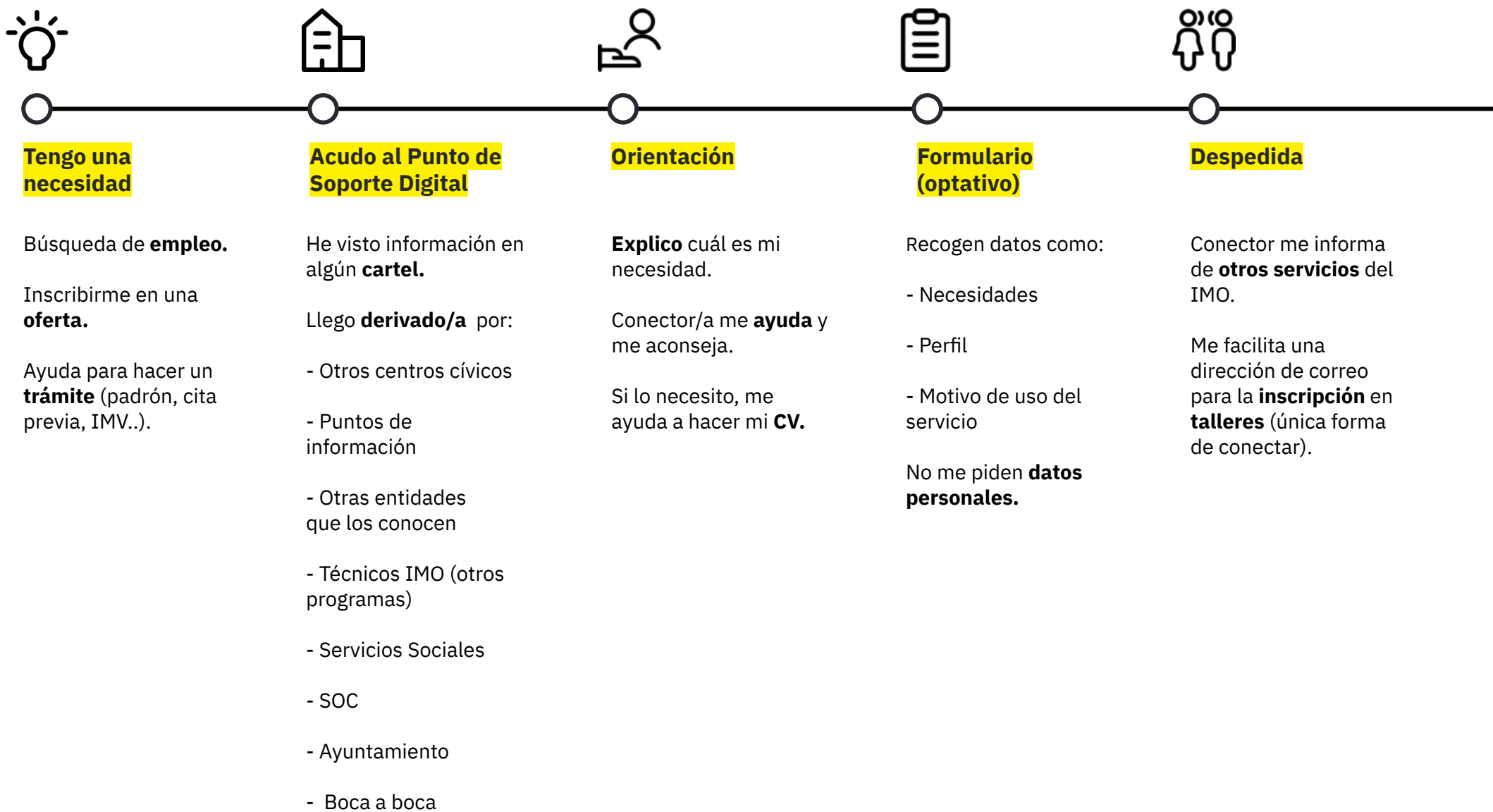
Fase 1: Investigación.

1.2. Mapa de experiencia actual.

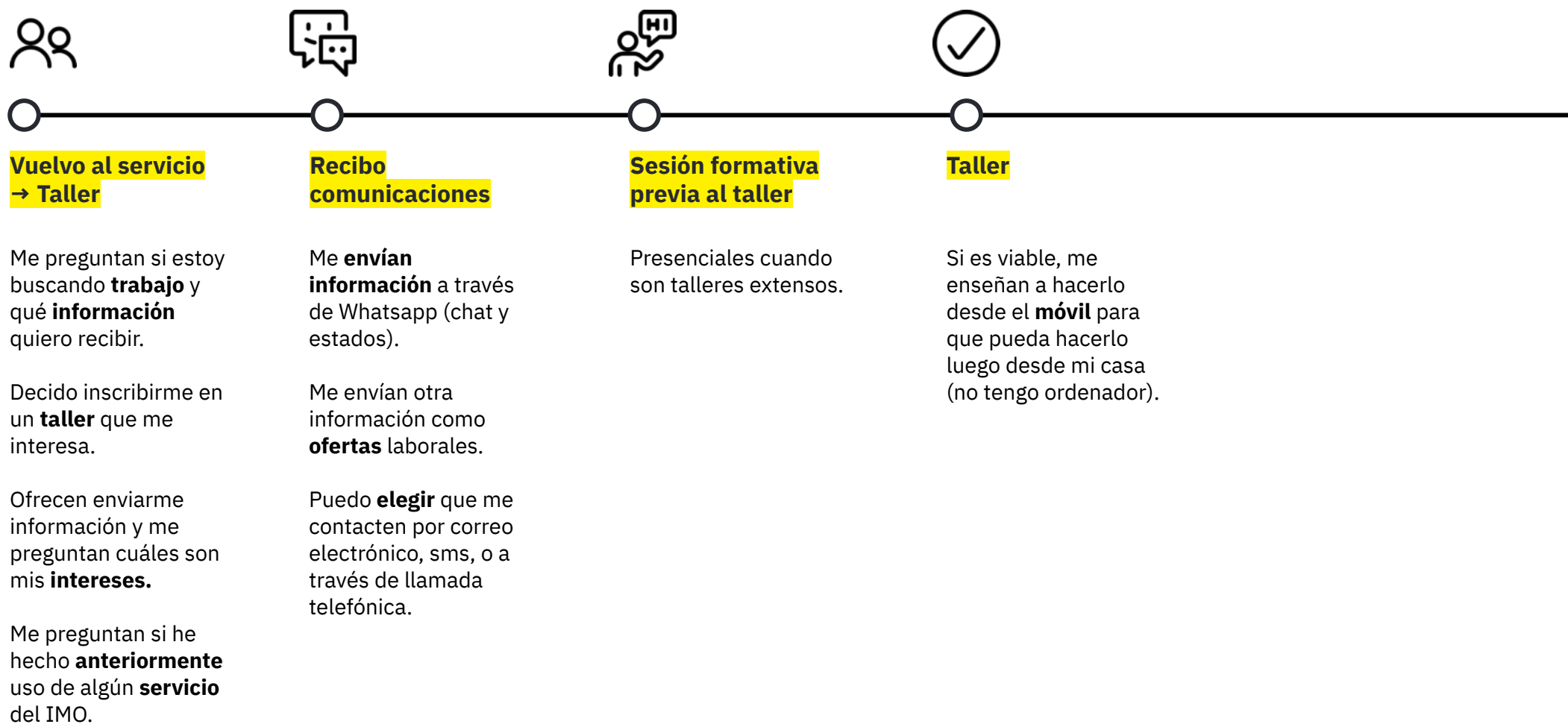
Construimos el mapa de experiencia actual, una representación visual del servicio de inicio a fin, que recoge las distintas etapas del proceso, las acciones que realizan las personas implicadas y las relaciones entre ellas.

En cada momento clave de la experiencia, detectamos las necesidades y problemas existentes y recogemos las oportunidades e ideas de mejora.

1.2. Mapa de experiencia actual - Puntos de soporte digital



1.2. Mapa de experiencia actual - Puntos de soporte digital



1.2. Mapa de experiencia actual

Acudo al Punto de Soporte Digital



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Fallo en la comunicación de los recursos

- Uso de **canales desconectados** de usuarios/as potenciales.
- Desconocimiento de **dónde están** los usuarios/as potenciales.
- Comunicación llevada a cabo por parte de los técnicos/as del servicio.

Desconocimiento de los espacios

- Escasa **identificación** de algunos espacios (Puntos de Soporte Digital)
- Desconocimiento del servicio por parte de otras entidades y servicios.
- Servicios que necesitan **otras configuraciones**.

Algunos trámites necesitan de cierta intimidad.

No estamos sabiendo contar todo lo que hacemos y todo lo que ofrecemos. No todos nuestros usuarios potenciales están en las redes.

1.2. Mapa de experiencia actual

Acudo al Punto de Soporte Digital



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Necesidad de vincular servicios y espacios entre sí

- Necesidad de vincular a los **centros cívicos** con el IMO.
- Escasa **derivación** a los Puntos de Soporte Digital por parte de otros programas.
- Visión del Punto de Soporte Digital como un servicio **externo**.

Ausencia de relación entre motivaciones y oferta formativa

- **Desconexión** entre el proceso de búsqueda de trabajo y la oferta formativa a través de la **web**.
- Web de Puntos de Soporte Digital **sin acceso directo** desde web IMO.
- **Empleados/as** desconocen que puedan ayudarles a mejorar su empleabilidad.

Tenemos que saber identificar las necesidades y derivar a los Puntos de Soporte Digital cuando sea conveniente.

1.2. Mapa de experiencia actual

Acudo al Punto de Soporte Digital



OPORTUNIDADES E IDEAS

Despertar el interés por la digitalización

- Especial atención en la forma de **“vender”** los cursos (colectivos jóvenes, mediana edad..).
- **Detectar temas** de interés para los diferentes perfiles.
- **Localizar** a los usuarios potenciales del servicio y desarrollar estrategias de captación.

Registrar el uso del servicio

- **Controlar** qué personas hacen **uso** del servicio, para qué, y si repiten (tramitación, cursos).
- Ofrecer **planes de formación** en función del histórico de usos de la persona usuaria.

No podemos saber de qué forma hacen uso del servicio las personas que no se registran en el IMO.

Depende cómo me lo vendas veré si es interesante para mí o no.

1.2. Mapa de experiencia actual

Orientación



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Urgencia de cubrir antes necesidades más básicas

- Alfabetización o barrera idiomática.
- Competencias digitales muy, **muy básicas**.

En los programas y en los cursos detectamos estas necesidades y derivamos a cursos específicos.

No hay cultura de "orden digital y tecnológico"

- **Falta** de **organización** y autogestión (varias cuentas de correo electrónico).
- Ausencia de **buenos hábitos** (Ej. Privacidad y seguridad online).
- Desconocimiento del **uso** de las **herramientas** del día a día.

Tienen que comprender la importancia de ser ordenados y saber gestionarse.

1.2. Mapa de experiencia actual

Orientación



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Falta de interés por aprender y ser independientes

- Conector/a termina realizando el trámite.
- **Falta de interés** y actitud pasiva ante la necesidad de hacerlo por sí mismos.

Les animamos a que intenten hacerlo ellos/as pero muchas veces terminamos haciéndolo nosotros/as.

Trámites complejos y falta de información

- Desconocen la **documentación** que tienen que traer.
- Cuando requieren de mucho tiempo y **complejidad** bloquean el servicio si no se ha agendado previamente.
- Dificultad para **vincularles** con las **herramientas** (cursos).

Algunos trámites sólo se hacen una vez en la vida, pero hay otros que son recurrentes y no siempre quieren aprender si se lo hace otro.

1.2. Mapa de experiencia actual

Orientación



OPORTUNIDADES E IDEAS

La importancia de la figura referente

- Se **vinculan** a las **personas** (técnicos/as y conectores) y no tanto al servicio.
- Se dejan aconsejar porque **confían** en estas personas que ya les han ayudado una vez.

Nos identifican como “las que nos ayudan o las que me dicen dónde me pueden ayudar”.

Ampliar las competencias de los conectores

- Habilidades para **motivar** a la ciudadanía y transmitirles el valor de ser independientes.
- Capacitación que les enseñe a **enseñar** y no sólo a hacer.
- Que puedan hacer la función de **detectores** y **prescriptores** de otros programas.

Transformar a los/as conectores de “hacedores/as” a supervisores/as.

1.2. Mapa de experiencia actual

Formación, taller.



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Se prioriza el trabajo por delante de la formación

- Valoran la formación pero **necesitan ingresos** y los priorizan.
- Un trabajo aunque sea precario puede ser motivo de **abandono** de una formación.

Quiero hacer este curso pero si me sale un trabajo lo tengo que coger.

El título como puerta de entrada

- Le dan el valor a los conocimientos pero saben que es el título la puerta de entrada a un trabajo.
- Quieren hacer **muchas formaciones** para tener más oportunidades laborales.

Cuántos más cursos haga, más puertas me abro.

A la hora de la verdad, si no tienes los conocimientos no podrás mantener un trabajo, pero necesito un título para que me cojan.

1.2. Mapa de experiencia actual

Formación, taller.



NECESIDADES Y PROBLEMAS

Desconocimiento de las herramientas

- Desconocen que puedan **encontrar ofertas** laborales en RRSS.
- Se sorprenden cuando se dan cuenta de que pueden realizar **trámites** a través del **móvil**.

Saben buscar vivienda a través de RRSS y no piensan que también puedan encontrar trabajo.

Información que llega a usuarios no (tan) potenciales

- La oferta de cursos llega en muchas ocasiones sólo a personas que ya están en el IMO.
- Algunas personas interesadas en los cursos son alumnos/as de universidades que **no pueden acceder**.

No saben que pueden crearse un perfil profesional a través de Instagram.

1.2. Mapa de experiencia actual

Formación, taller.



OPORTUNIDADES E IDEAS

Herramientas adaptadas que funcionan

- Uso de Whatsapp para la comunicación tú a tú (mensajes y audios).
- Tramitación a través del móvil.
- CV en el móvil.

Publicamos información en los estados de Whatsapp y muchas personas lo ven.

No perder la pista a las personas que se “desenganchan”

- Averiguar el **motivo**.
- Intentar llevar un seguimiento para detectar la oportunidad de que vuelva.

Mucha gente deja de venir, algunos porque encuentran trabajo, pero es una pena.

Quieren hacer el curso de la persona con la que han estado en contacto o les ha ayudado por el simple hecho de que lo da ella.

Fase 1: Investigación.

1.3. Benchmark y tendencias.

Nos preguntamos qué otras acciones y servicios se están desarrollando en este mismo ámbito y recogemos aquellas soluciones que consideramos más interesantes y que puedan servirnos como fuente de inspiración.

1.3. Benchmark y tendencias.

Servicios de orientación e inserción laboral

INAEM - Aragón

Tutoría individualizada (TI)

- **Itinerario de inserción:** Confección de un plan personalizado de empleo y formación para alcanzar o mejorar el empleo → Roadmap.
- Tutorías individuales dirigidas a:
 - Informar de las ocupaciones accesibles por perfil.
 - Ayudar en la búsqueda activa de empleo.
 - Desarrollar y/o mejorar **aspectos personales** para la ocupación.

Elige tu profesión

- **Buscador** de profesiones.
- Relaciona las profesiones con la **formación** necesaria.
- Listado de las **capacidades y habilidades** deseables para esta profesión.
- Muestra las diferentes **vías de acceso** (FPB, FPGM, FPGS, grado universitario, CP, etc.)

1.3. Benchmark y tendencias.

Grupo de trabajo

Ayto. de Zaragoza

- **Oportunidad** para reflexionar acerca de los derechos digitales de la ciudadanía y de los nuevos retos que esto supone.
- Grupo **abierto a la participación** de la ciudadanía, de los técnicos y técnicas municipales, y de otras instituciones.
- Se busca **propiciar el debate** con diferentes agentes sociales.
- **Servir de cauce** para la recogida de iniciativas, propuestas y aportaciones.



Propuesta creación Grupo de Trabajo “Derechos Digitales de la Ciudadanía” del Consejo de Ciudad

1.3. Benchmark y tendencias.

Zaragoza - [Espacio ZEmpleo](#)

Espacio presencial habilitado para la búsqueda de empleo.

- Orientación **personalizada**.
- **Recursos** materiales y técnicos (ordenadores, direcciones, ofertas, etc.) a disposición.
- **Talleres de iniciación a la informática** para la búsqueda de empleo.
- Posibilidad de inscripción al servicio **presencial** y online.

Zaragoza - [Actividades para el Empleo](#)

Talleres y actividades dirigidas a la búsqueda de empleo.

- Entrenamiento de **habilidades**.
- Formación en **tecnología digital**.
- Coaching laboral.

1.3. Benchmark y tendencias.

Servicio de orientación Cantabria

- **Diagnóstico** y elaboración del perfil.
- Diseño de un plan de actuación con propuestas de acciones de formación → **Roadmap**.
- Asistencia técnica para elaboración de CV y búsqueda de trabajo, entre otras.
- Servicio personalizado y **acompañamiento** para la búsqueda de **alternativas** profesionales.

ORIENTACIÓN / Servicios
SERVICIOS

En la Comunidad Autónoma de Cantabria, el Servicio Cántabro de Empleo presta servicios a las personas desempleadas, a las personas ocupadas y a las empresas. Para ello se tienen en cuenta de forma diferenciada las demandas y necesidades de cada persona a efectos de proporcionar los servicios que correspondan.

El acceso al servicio de orientación profesional requiere la inscripción como demandante de empleo y servicios o como solicitante de servicios, tanto en el caso de personas desempleadas como en el caso de personas ocupadas.

HABLA CON TU TÉCNICO ORIENTADOR Y PODRÁS MEJORAR TU BÚSQUEDA DE EMPLEO



ACCIONES PUNTUALES Individuales o Grupales

- Diagnóstico individualizado y elaboración del perfil
- Diseño itinerario personalizado
- Ayuda Técnica para:
 - CV y Entrevistas
 - Búsqueda de ofertas
 - Formación, reconocimiento y acreditación
 - Políticas activas
 - Información de autónomos
 - Empleacantabria, web y Redes Sociales
 - Movilidad geográfica
- Acompañamiento y seguimiento

LA ORIENTACIÓN PROFESIONAL COMPRENDE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:

+ Diagnóstico individualizado y elaboración del perfil

1.3. Benchmark y tendencias.

La Rioja - Grupos de búsqueda de empleo

Sesiones grupales en las que se asesora, prepara y se pone en contexto a personas demandantes de empleo.

- **Información** acerca de las diversas **técnicas de búsqueda de empleo** y de procesos de selección.
- Grupos entre 6 y 12 personas.
- Dinámicas basadas en la **práctica**.

Madrid - Observatorio de las ocupaciones

Buscador que ayuda a detectar **necesidades formativas** partiendo de la identificación de ocupaciones.

- Ofrece a la persona usuaria la posibilidad de **anticiparse** a sus necesidades de cualificación futuras.
- Muestra **competencias técnico profesionales y transversales**, actividades económicas de contratación, la **situación de la ocupación** en el mercado y la distribución territorial.

1.3. Benchmark y tendencias.

Murcia - [Proyecto Murcia Orienta](#)

Herramienta informática que ofrece información de los recursos de los diferentes Servicios de Orientación.

- Aglutina información relacionada con empleabilidad de forma sencilla y accesible.
- Cuenta que los **profesionales** tienen un **espacio y momentos de encuentro** en el que trabajan conjuntamente e intercambian protocolos.

Extremadura - [Plan de competencias digitales para la empleabilidad](#)

Asesoramiento y orientación en materia de empleo, y elaboración de planes personales para la inserción laboral.

- Buscador de recursos y acciones formativas.
- **Dossier descargable** con las actividades anuales programadas.
- Recopilación de **entrevistas** a profesionales sobre el impacto de la transformación digital.
- **Laboratorio social digital** enfocado a la “segunda ola de competencias digitales” (programación, robótica, diseño, impresión 3D y filosofía maker) contemplada por el Plan de Acción en Educación Digital de la Comisión Europea

1.3. Benchmark y tendencias.

Galicia - [Plan de orientación profesional](#)

Programas de orientación profesional en las **diferentes etapas educativas.**

- Elaboración de **recursos informáticos** para la orientación profesional.
- **Cuestionarios** sobre preferencias profesionales, aptitudes y capacidades que permite **relacionar** las **preferencias vocacionales** con las **calidades personales.**
- Información acerca de las ofertas de **formación y empleo** en función de las **preferencias** profesionales o estudios.

País Vasco - [Servicio de Orientación para el empleo](#)

Asesoramiento y orientación en materia de empleo, y elaboración de planes personales para la inserción laboral.

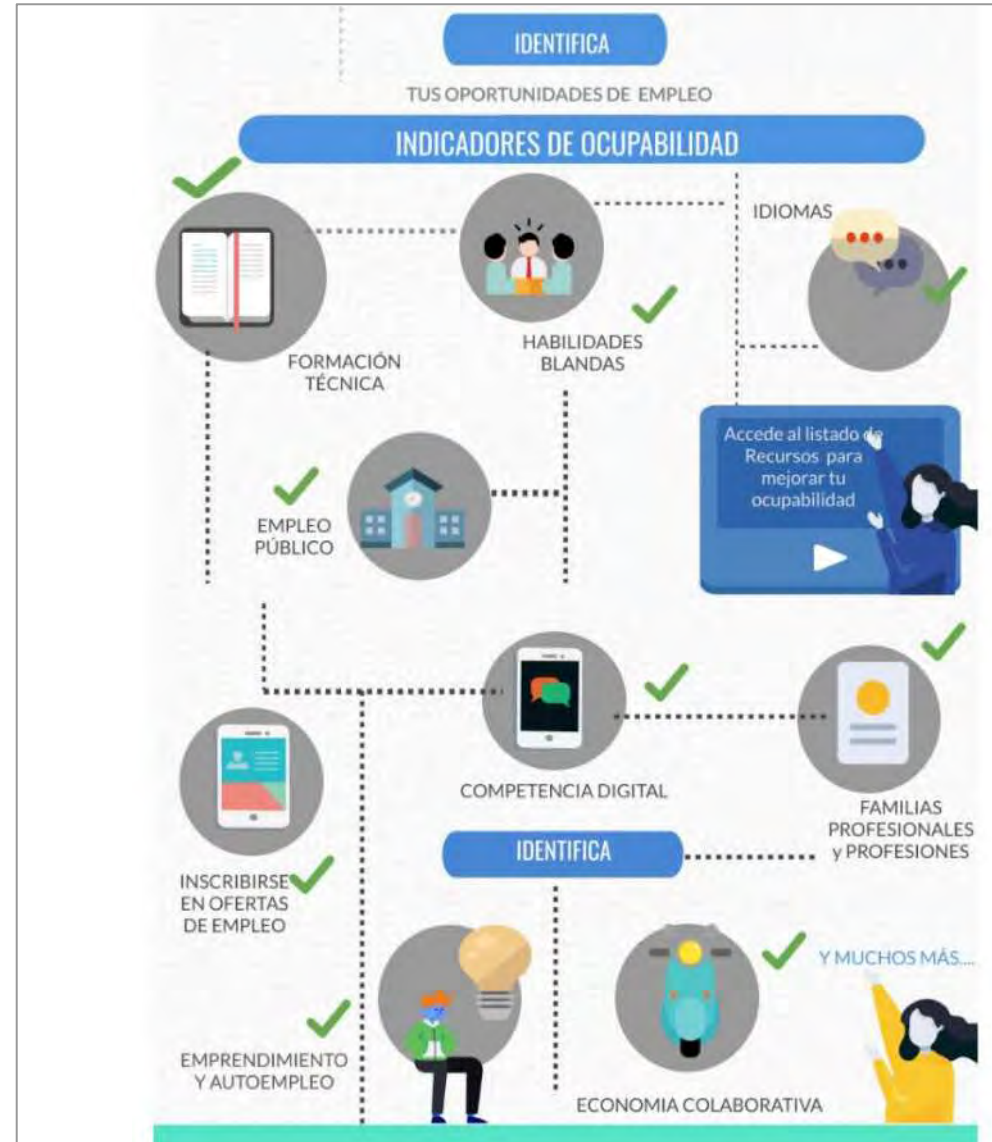
- Basado en **4 pilares de la orientación:** Información, Planificación, Habilidades y Motivación.
- Promoción del **autoconocimiento** de los recursos personales y profesionales.
- **Espacio de encuentro** para personas demandantes de empleo.
- Valoración conjunta de la empleabilidad individual.
- **Vinculación** con **figuras referentes** “persona-mercado”
- Persigue la **autonomía** del demandante para mejorar su capacidad de gestión.

1.3. Benchmark y tendencias.

Indicadores de ocupabilidad

Ayto. Madrid

- **Infografía** de los diferentes aspectos relacionados con la ocupabilidad y **cómo se relacionan** entre ellos.
- Formato de **consumo fácil**, muy visual.
- Explica de una forma muy simplificada un **ecosistema** complejo.

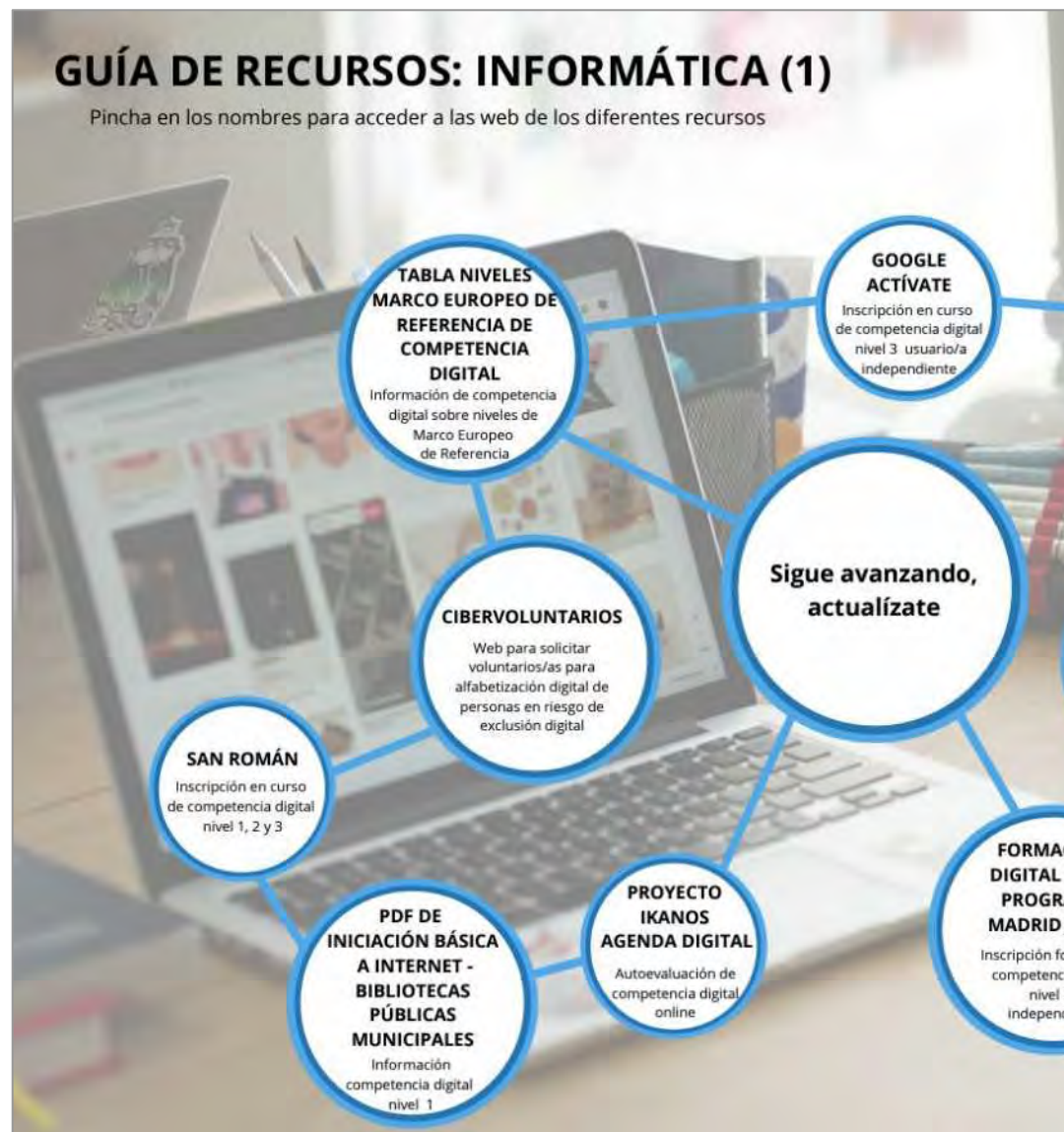


1.3. Benchmark y tendencias.

Guías de recursos interactivas

Ayto. Madrid

- **Mapa de recursos** relacionados con digitalización enfocada a empleabilidad o mejora de la misma.
- **Textos interactivos** que dan acceso a las páginas web de los recursos.



1.3. Benchmark y tendencias.

Learn My Way

Good Things Foundation (UK)

- Ofrece cursos online gratuitos para mejorar las competencias digitales más básicas.
- Recoge **testimonios en vídeo** de personas que han realizado los cursos contando el **impacto** que ha supuesto en su vida laboral.
- Ofrece guías de ayuda para **descargar** y poder **ayudar a otras personas**.
- Guía de uso de la propia web y los cursos.
- Contenido clasificado por temática (programas, empleabilidad, seguridad, salud, economía..)

The screenshot shows the homepage of the 'Learn My Way' website. At the top, there is a navigation bar with the 'Learn My Way' logo, an 'Accessibility help' link, and 'Sign in' and 'Register' buttons. Below the navigation bar are three main menu items: 'Home', 'Subjects', and 'Help someone else'. The main content area features a large heading 'Learn how to use the internet' and a sub-heading 'Learn My Way has free courses for you to learn digital skills to stay safe and connected.' Below this, there is a question 'What do you want to do?' followed by four buttons: 'See all learning', 'Choose where to start', 'Help someone else', and 'Show me how this works'. A 'Sign in or Register to save your progress.' link is also present. To the right of the main content is a stylized illustration of a person's head and shoulders. Below the main content, there is a section titled 'Learn about these subjects:' which lists ten subjects in two columns: 'Using your computer or device', 'Online basics', 'Office programs', 'More internet skills', 'Online safety', 'Finding a job online', 'Improving your health online', 'Managing your money online', and 'Public services online'. A 'Find out more about our subjects' button is located at the bottom of this section.

1.3. Benchmark y tendencias.

Digital - Essential Skills GOV.UK

- Dirigido a personas mayores de 19 años con muy poco o nulo conocimiento digital y tecnológico.
- Ofrecen los **conocimientos básicos** en digitalización para la **vida diaria**, como manejar el ordenador o moverse con seguridad por internet.
- Diferentes formas de inscripción: vía online o acudiendo a **personas o entidades de referencia** locales como las Universidades.

The screenshot shows the Skills for Life website interface. At the top, there is the HM Government logo and the 'SKILLS FOR LIFE' logo. A search bar is visible with the text 'by learning' and a 'Search' button. The main heading is 'Digital - Essential Skills'. Below this, there is a paragraph: 'If you're aged 19 or over and have little or no experience using computers and other digital devices or have low digital skills, you can study an Digital Essential Skills qualification for free.' Another paragraph states: 'These courses will give you the essential digital understanding you need for work and everyday life, such as using a computer or other digital devices, and staying safe online.' On the right side, there are several key details: 'Available to: Adults who do not have the essential everyday life', 'Duration: around 30-55 hours', 'Age restriction: 19 and over', 'Course type: Classroom-based', and 'Cost: Free'. Below the main content, there are filters for 'Start date' (set to 'Anytime'), 'Course type' (with checkboxes for 'Online', 'Classroom based', and 'Work based'), and 'Course hours' (with checkboxes for 'Full time', 'Part time', and 'Flexible'). A 'Showing 1 to 20 of 17372 courses' indicator and a 'Sort by' dropdown menu (set to 'Relevance') are also present. The first course listed is 'Essential Digital Skills' by Halesowen Halesowen College, with details on start date (6th September 2023), cost (Contact course provider), and duration (43 Weeks, part-time (daytime)). The second course listed is 'L1 Essential Digital Skills' by Fareham Fareham College, for adult part-time learners.

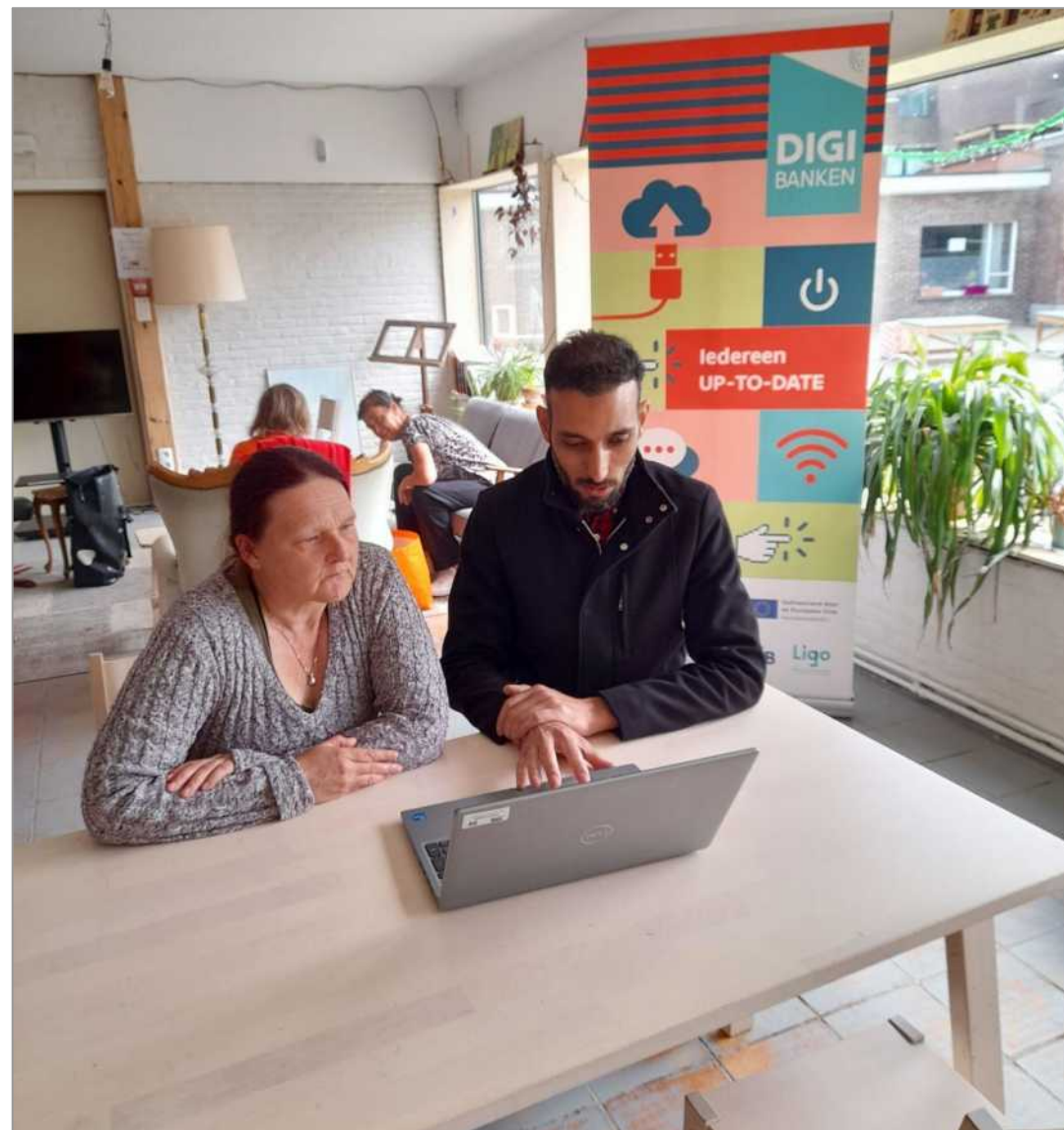
1.3. Benchmark y tendencias.

Digitaal.Talent@ Gent

Gante

Programa de inclusión digital que tiene como objetivo ofrecer a la ciudadanía la oportunidad de **desarrollar habilidades digitales** mediante acciones como:

- [Una biblioteca pública con digi-cafés](#) donde los participantes obtienen **información** sobre **temas digitales** como las redes sociales, la nube e internet mientras toman un café.
- [Digipuntos](#): puntos repartidos por la ciudad con un ordenador y una persona que puede **resolver dudas** acerca de temas digitales, así como ofrecer asistencia a la ciudadanía en el uso del ordenador.



1.3. Benchmark y tendencias.

Digital.Talent@Gent (continuación)

- [Ayuda digital en casa](#), 1 hora de **ayuda digital** en casa por parte de un **estudiante** de informática tras adquirir un ordenador o un dispositivo móvil.
- [Dispositivos digitales y coaching para ayudar a buscadores de empleo](#). Jobteam Gent ha lanzado un proyecto llamado "Digipacks" para el que ha adquirido 70 ordenadores que ha puesto a disposición de personas en búsqueda de empleo, las cuales contarán además con el servicio de un **asesor laboral** y un **coach** que les ayude en la mejora de las **habilidades digitales**.
- [Folleto: orientado a ser más hábiles digitalmente](#), documento que incluye una serie de **consejos** y **trucos** prácticos dirigidos a personas con falta de capacidades digitales.

- [Soporte personalizado en el puesto de trabajo](#), Oferta para empresas que quieran invertir en las habilidades digitales de sus empleados.
 - Asistencia para los empleados **en el lugar de trabajo**, cada dos semanas.
 - Talleres breves en el lugar de trabajo.
 - Ayuda para solicitar internet y material digital.

Abordando temas como:

- Correo electrónico y calendario.
- Inicio de sesión y **contraseñas**.
- Uso general de smartphones.
- Trabajar con **almacenamiento** en la nube.
- Descargar, guardar y reenviar certificados.
- **Seguridad** en línea (phishing, spam, ...).
- **Banca** online.
- **Trámites** online.
- **Alfabetización mediática** (tratar con noticias falsas, administrar su identidad en línea...).

1.3. Benchmark y tendencias.

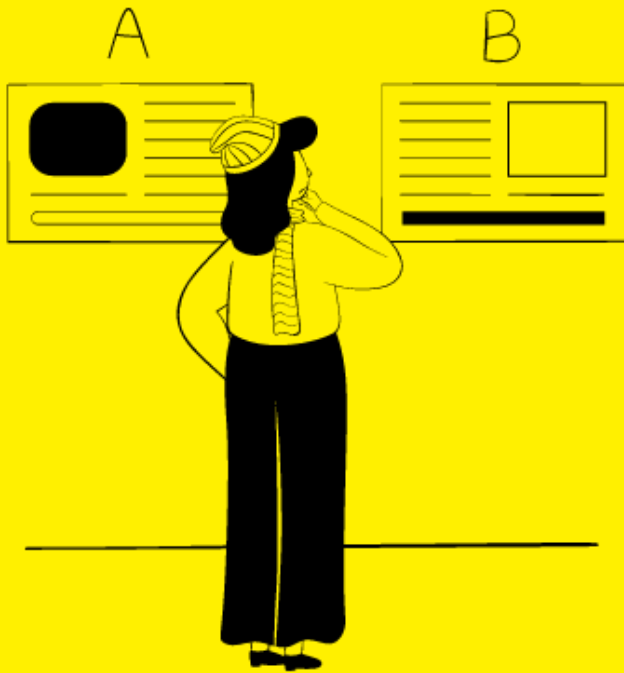
Noruega - Cruz roja, curso de digitalización a mayores

Se brindan **habilidades digitales** a los **mayores** que tienen poca experiencia digital en el uso de la **tecnología cotidiana.**

- Proyecto ganador a los premios [EDSA 2018 \(European Digital Skills Awards\)](#), premios Europeos a las iniciativas que fomentan las competencias digitales.
- Después de **10 semanas de capacitación**, los participantes pueden **dominar** una tablet, el correo electrónico, la cámara, las videollamadas y dos aplicaciones de su elección.

Fase 2:

Conclusiones y selección de retos.



Fase 2: Conclusiones y selección de retos.

2.1. Hallazgos de la investigación.

Las conclusiones son fruto de los análisis previos de la fase anterior. Distintos grupos de conclusiones convergen en insights o hallazgos, que serán las palancas para la generación de retos de diseño.

2.1. Hallazgos de la investigación.

Las personas usuarias del servicio suelen **generar un vínculo** con los/as **profesionales** con las que tienen contacto, estableciendo una relación de **confianza** que les hace **volver** al servicio.

“Me ven comprando el pan y me paran para preguntarme cosas”

“Están recogiendo firmas en el barrio para que no me marche del Punto de Soporte Digital”

“A veces te dicen que quieren hacer algún curso pero no saben el nombre, les motiva porque lo da la persona que les ha estado ayudando y a la que conocen”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Las personas encargadas de la **promoción** de los servicios utilizan **canales** que se alejan de la **realidad** de las personas potencialmente usuarias, lo que impide que éstas conozcan la **oferta** disponible y sea el **boca a boca** la principal fuente de información.

“Quizá nuestro usuario potencial no está en las RRSS, muchos de ellos están en las calles”

“Arrancan los carteles, hemos visto que no es una buena manera de comunicar”

“Estamos llegando a los jóvenes por el boca a boca”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Las personas toman conciencia de la **necesidad de digitalizarse** tanto en su día a día como ante la búsqueda de **trabajo**. A pesar de ello, el miedo a enfrentar estas carencias sin éxito les lleva a no aprovechar las oportunidades de digitalizarse.

“Les envíamos ofertas laborales por Whatsapp y ven que tienen que tener un CV digital”

“Ya saldrá otra cosa”

“Hasta para limpiar necesito saber manejarme con el móvil, tengo que fichar”

“Creemos que sabemos lo suficiente y trabajando te das cuenta de que no”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Aunque muchas personas comprenden el valor de la formación y la digitalización, reconocen que la necesidad de obtener ingresos les hace priorizar el trabajo, aunque ello les lleve a tener que abandonar la formación que necesitan.

“Para eso la FP Dual es lo mejor, porque estoy estudiando pero cobro”

“Mucha gente abandona una formación o no la empieza porque le ha salido un trabajo, aunque sea precario”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Adaptar las herramientas al contexto de uso habitual de las personas usuarias (dispositivo móvil, Whatsapp...) mejora la comunicación, simplifica el aprendizaje y aumenta las posibilidades de que sean autónomos/as en un futuro.

“Muchos de ellos no saben que pueden tramitar desde un teléfono móvil”

“Un teléfono móvil es mucho más accesible económicamente que un ordenador”

“Poder tener el CV en el móvil y enseñarles a moverse entre la oferta laboral desde el móvil es muy operativo”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Es necesario **ampliar** las **capacidades** de los conectores y conectoras para que aprendan a **enseñar** y a **motivar** a la ciudadanía a ser autónoma desde la cercanía que ofrece el servicio.

“Que los conectores pasen de hacedores a supervisores”

“Utilizar la figura del conector como palanca motivacional”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Tras las aparentes necesidades de capacitación digital, en muchos casos, se encuentran **necesidades básicas sin resolver** que deben ser abordadas en primer lugar. La autogestión y la organización “digital” son algunas de ellas.

“Nos encontramos problemas de alfabetización”

“Hay gente que no sabe abrir el buscador de Google”

“La barrera del idioma puede dificultar la comunicación y por tanto, el aprendizaje”

“Vienen creyendo que no tienen correo electrónico y tienen 5 cuentas abiertas”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Aunque existen **necesidades digitales básicas** comunes a muchos colectivos, cada perfil necesita **contenidos** y formatos de aprendizaje distintos, así como un “llamamiento” diferente y **personalizado** en cada caso.

“A la gente mayor nos echa para atrás pensar en estudiar y que no vayamos a saber, prefiero quedarme con que vamos a aprender”

“Me lo tienes que vender bien, tengo que ver claramente que lo que se va a dar me interesa”

“Igual ya se usar Gmail y lo que me gustaría es aprender WeTransfer o Dropbox”

2.1. Hallazgos de la investigación.

No todos los servicios y espacios son fácilmente identificables por la ciudadanía; esto fomenta el desconocimiento de la oferta y la finalidad de cada servicio.

“El Punto de Soporte Digital tiene que estar en el hall para estar a la vista, pero algunos trámites necesitan intimidad”

“Muchas personas entran preguntando qué hacemos aquí”

“Se quedan con la idea de que somos las personas que les hemos ayudado y vuelven para cualquier consulta, relacionada con el IMO o no”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Las personas que utilizan los servicios del IMO y que se muestran **satisfechas** con la calidad del trato y del servicio y que lo recomiendan, reconocen que necesitaron **experimentarlo** para **comprender** su **valor**.

“Es increíble como nos apoyan”

“Me ayudaron a describir mis capacidades y habilidades, no se me habría ocurrido”

“Lo recomiendo muchísimo, lo he recomendado a mucha gente después de haber visto cómo me ha ayudado a mí”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Los/as profesionales valoran la digitalización como un aporte muy positivo a sus negocios, sin embargo, reconocen que ante la necesidad inmediata de aprender a hacer algo, no recurren a formaciones específicas y piden ayuda a amigos u otros profesionales.

“Cuando necesito hacer algo un poco más elaborado en Excel llamo a mi amigo”

“Vas aprendiendo sobre la marcha, no te queda otra. Nos ha hecho avanzar”

“La verdad es que nunca he hecho un curso de nada de esto, procuro aprender yo por mi cuenta, todo está en la voluntad”

2.1. Hallazgos de la investigación.

Una vez alcanzadas unas capacidades digitales básicas, los perfiles profesionales **buscan ampliar** y elevar estos **conocimientos** pero tienen **dificultades** para encontrar este tipo de oferta formativa **subvencionada**.

“Este tipo de formaciones están muy estandarizadas, todo cambia en 5 años”

“Los cursos que puedes encontrar subvencionados son muy básicos”

“Estos cursos suelen costar mucho dinero, estaría genial poder optar a una versión 2.0 gratuita”

Fase 2: Conclusiones y selección de retos.

2.2. Retos.

Partiendo de los problemas y necesidades se ha generado un punto de vista, conclusiones, insights, de los aspectos más relevantes de la investigación. En este apartado se traducen en una serie de retos de diseño que invitan al equipo de trabajo a buscar soluciones y propuestas de mejora del servicio.

2.2. Retos

1. ¿Cómo podríamos aprovechar el vínculo que las personas usuarias establecen con los/as profesionales para conectarles al servicio?

1. Las personas usuarias del servicio suelen generar un vínculo con los/as profesionales con las que tienen contacto, estableciendo una relación de confianza que les hace volver al servicio.

2.2. Retos

2. ¿Cómo podríamos detectar dónde están las personas potencialmente usuarias para saber cómo comunicarnos con ellas?

2. Las personas encargadas de la promoción de los servicios utilizan canales que se alejan de la realidad de las personas potencialmente usuarias, lo que impide que éstas conozcan la oferta disponible y sea el boca a boca la principal fuente de información.

2.2. Retos

3. ¿Cómo podríamos aportar seguridad a la ciudadanía en el momento de afrontar su digitalización?

3. Las personas toman conciencia de la necesidad de digitalizarse tanto en su día a día como ante la búsqueda de trabajo. A pesar de ello, el miedo a enfrentar estas carencias sin éxito les lleva a no aprovechar las oportunidades de digitalizarse.

2.2. Retos

4. ¿Cómo podríamos hacer más accesible la digitalización y la formación a personas empleadas/autónomas o en busca de empleo?

4. Aunque muchas personas comprenden el valor de la formación y la digitalización, reconocen que la necesidad de obtener ingresos les hace priorizar el trabajo, aunque ello les lleve a tener que abandonar la formación que necesitan.

2.2. Retos

5. ¿Cómo podríamos **acercar** la digitalización al contexto de **uso habitual** de las personas usuarias?

5. Adaptar las herramientas al contexto de uso habitual de las personas usuarias (dispositivo móvil, Whatsapp..) mejora la comunicación, simplifica el aprendizaje y aumenta las posibilidades de que sean autónomos/as en un futuro.

2.2. Retos

6. ¿Cómo podríamos **transformar** a "Montse" en supervisora en vez de *hacedora*?

6. Es necesario ampliar las capacidades de los conectores y conectoras para que aprendan a enseñar y a motivar a la ciudadanía a ser autónoma desde la cercanía que ofrece el servicio.

2.2. Retos

7. ¿Cómo podríamos
asentar unas bases de
conocimiento digital
mínimo en la ciudadanía?

7. Tras las aparentes necesidades de capacitación digital, en muchos casos, se encuentran necesidades básicas sin resolver que deben ser abordadas en primer lugar. La autogestión y la organización “digital” son algunas de ellas.

2.2. Retos

8. ¿Cómo podríamos despertar el interés por la digitalización entre los diferentes perfiles y conseguir adherencia?

8. Aunque existen necesidades digitales básicas comunes a muchos colectivos, cada perfil necesita contenidos y formatos de aprendizaje distintos, así como un “llamamiento” diferente y personalizado en cada caso.

2.2. Retos

9. ¿Cómo podríamos ampliar la visibilidad de los espacios y los servicios?

9. No todos los servicios y espacios son fácilmente identificables por la ciudadanía; esto fomenta el desconocimiento de la oferta y la finalidad de cada servicio.

2.2. Retos

10. ¿Cómo podríamos conseguir que los/as potenciales usuarios/as pudieran sentir lo mismo que las personas que ya lo son?

10. Las personas que utilizan los servicios del IMO y que se muestran satisfechas con la calidad del trato y del servicio y que lo recomiendan, reconocen que necesitaron experimentarlo para comprender su valor.

2.2. Retos

11. ¿Cómo podríamos hacer la formación más **atractiva y específica** a las necesidades de los/as autónomos/as?

11. Los/as profesionales valoran la digitalización como un aporte muy positivo a sus negocios, sin embargo, reconocen que ante la necesidad inmediata de aprender a hacer algo, no recurren a formaciones específicas y piden ayuda a amigos u otros profesionales.

2.2. Retos

12. ¿Cómo podríamos ofrecer estos conocimientos digitales avanzados a los perfiles profesionales?

12. Una vez alcanzadas unas capacidades digitales básicas, los perfiles profesionales buscan ampliar y elevar estos conocimientos pero tienen dificultades para encontrar este tipo de oferta formativa subvencionada.

Fase 3:

Ideación.
Prototipado.
Test.



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

3.1. Ideación.

En esta fase se realizan sesiones participativas con los grupos involucrados en el servicio. Cada grupo selecciona los retos a trabajar y, utilizando técnicas de cocreación, generan ideas. Finalmente, votan aquellas que consideran más interesante explorar y desarrollar.



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Bloque 1

Visibilizar.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Visibilizar.

Reto 9

¿Cómo podríamos **ampliar** la **visibilidad** de los **espacios** y los **servicios**?

Reto 2

¿Cómo podríamos **detectar** dónde están las **personas potencialmente usuarias** para saber cómo comunicarnos con ellas?

Reto 10

¿Cómo podríamos conseguir que los/as **potenciales usuarios/as pudieran sentir lo mismo** que las personas que ya lo son?

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 9: ¿Cómo podríamos ampliar la visibilidad de los espacios y los servicios?

- Rótulos de colores.
- Letras de Casa de Oficis (aprovechar nuestro producto para identificarnos).
- Marketing unificado.
- Mapa visual en la entrada.
- Datos impactantes.
- Podcast semanal de noticias.
- Estar “incluidos en la ruta laboral” de otros organismos (SOC).
- Tener mayor visibilización en una sede central “más céntrica”.
- Mayor participación en actos de la ciudad.
- Nuevo concepto de aula (cafetería).
- Que apetezca estar en los espacios.
- Mejor señalización dentro de los espacios.
- Equipamiento tecnológico suficiente.
- Espacios creativos en los que haya intercambio de ideas.
- Otros puntos de información (OMAC)
- Grupos de continuación de personas de referencia (antiguos usuarios).
- Prescriptores pasivos (línea autobús parada IMO).
- Recepción de primera atención para personas que vienen recomendadas.
- Aulas diferentes. Nuevo concepto de aula (cafetería).

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 2: ¿Cómo podríamos detectar dónde están las personas potencialmente usuarias para saber cómo comunicarnos con ellas?

- Poder salir de nuestro despacho para poder ver de primera mano dónde están.
- Salir a la calle, infiltrarse en grupos.
- Preguntarles directamente, ¿Qué te interesa?, ¿Qué no hacemos todavía? E intentar implementarlo.
- Análisis profundo de nuestra base de datos para rastrear los servicios más utilizados.
- Ver a los trabajadores de las empresas como nuestros clientes.
- Buscar qué necesitan las personas que ya tienen una formación, ¿Qué carencias tienes, realmente estás tan digitalizado como necesitas?.
- Utilizar un lenguaje diferente para llegar.
- Adaptar la comunicación de los servicios a los canales en función de los perfiles.
- Universidad adulta en digitalización IMO.
- Soporte a la digitalización en la edad avanzada: acompañamiento, soledad o enfermedad.
- Punto de soporte digital en otros espacios (Ej. Institutos) con labores de orientación, también para padres y maestros.
- Que puedan valorar la experiencia y esta valoración sea visible a otros.
- Ofrecer formaciones complementarias a la formación reglada (universidad, GS, GM)
- Ofrecer formación con créditos.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 10: ¿Cómo podríamos conseguir que los/as usuarios/as pudieran sentir lo mismo que las personas que ya lo son?

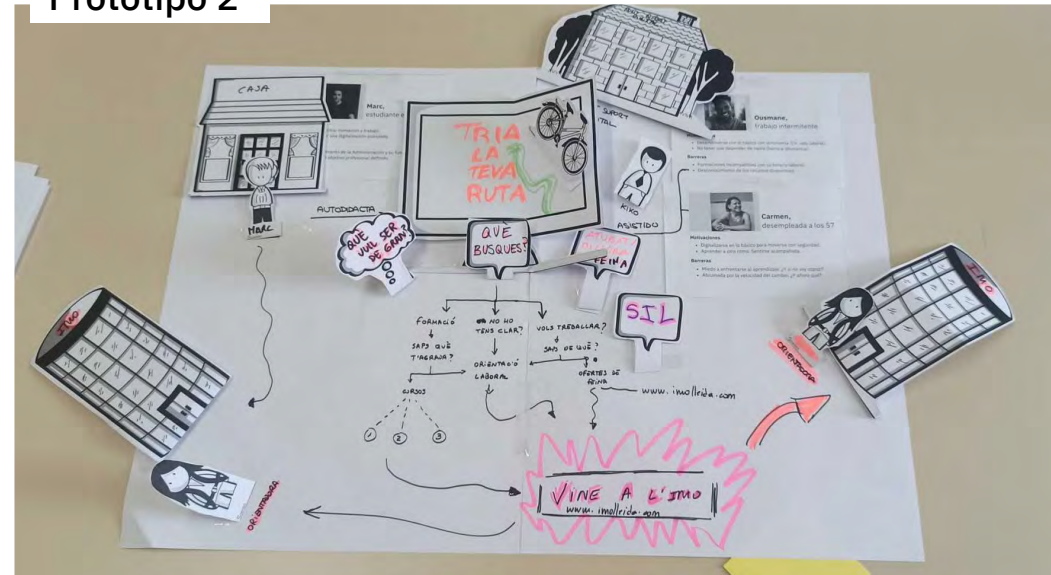
- Vídeos que expliquen experiencias personales.
- Testimonios que ayuden a crear un buen vínculo.
- Crear espacio de experiencias de ex-usuarios (físico y virtual).
- Embajadores del IMO. Llama y pregunta.
- Alumno de referencia para personas recién llegadas. Mentor digital.
- Favorecer encuentros entre personas que ya han experimentado el servicio y potenciales usuarios.
- Visita virtual de los espacios (oficina e instalaciones).
- Cohesión de los equipos para unos mejores resultados.
- Canvas visual. Que te lo puedas pegar con un imán en la nevera.
- Explicar y contar el IMO en espacios que no estén directamente relacionados con el empleo.
- Web intuitiva. Hoja de ruta que te vaya guiando.
- Hoja de ruta.
- Adoptar buenas prácticas de programas que ya se están haciendo (30 Plus).



Prototipo 1



Prototipo 2



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Bloque 2

Captar y conectar.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Captar y conectar.

Reto 8

¿Cómo podríamos **despertar el interés** por la digitalización entre los diferentes perfiles y **conseguir adherencia**?

Reto 1

¿Cómo podríamos aprovechar el **vínculo** que las personas usuarias establecen con los/as profesionales para **conectarles** al servicio?

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 8: ¿Cómo podríamos despertar el interés por la digitalización entre los diferentes perfiles y conseguir adherencia?

- Encuestas.
- Usar las bases de datos que tenemos.
- Base de datos gráfica y visual.
- Sistema de detección de necesidades.
- Formulario de orientación laboral.
- Ofrecer sistemas de autodiagnóstico. Cuestionarios.
- Encuentros digitales (mismo sector) intercambio de conocimientos.
- Comunidad digital.
- Contenidos reales, acotados y condensados.
- Preguntando sin límites. Respuesta abierta.
- Preguntar las necesidades digitales y obstáculos más habituales.
- Preguntar a los conectores.
- Observatorio SEPE/SOC.
- Puntos de soporte externos.
- Sitios de referencia TIC.
- Programas estables.
- Continuidad del servicio.
- Figura referente dentro del colectivo (Ayudaría a encontrar y conectar).
- Personas de referencia que puedan derivar a otros proyectos.
- Generar confianza con el servicio y las conectoras.
- Hacer un regalo.
- Retorno digital de información (boletín personalizado).
- Cartilla con sellos para cada formación.
- Itinerario de formación.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 8: ¿Cómo podríamos despertar el interés por la digitalización entre los diferentes perfiles y conseguir adherencia?

- Conocer el objetivo laboral.
- Incluir a los usuarios en la decisión de cuándo se hacen las formaciones.
- Flexibilidad horaria en la formación.
- Soluciones a la conciliación.
- Gamificar.
- Formaciones más cortas (acumulables).
- Sistemas híbridos.
- Prescriptores/evangelizadores fuera y dentro del IMO.
- Contenido innovador.
- Detectar el por qué del obstáculo y ponerle solución.
- Punto de seguimiento (Personal realiza seguimiento).
- Horas de formación TIC dentro de la empresa subvencionadas.
- Sistema de obtención de puntos por hacer cursos para gastar en productos de proximidad.
- Puntos “digitales” bonificados a cursos.
- Publicidad entre iguales (video de una persona contando su experiencia).
- Que siempre sea una decisión propia, nunca obligatorio.
- Centrarnos en lo que sí quieren y no “malgastar” su energía.
- Generar confianza con el servicio y las conectoras.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 1: ¿Cómo podríamos aprovechar el vínculo que las personas usuarias establecen con los/as profesionales para conectarles al servicio?

- Espacios de encuentro.
- Proporcionar espacios para que se sientan escuchados (necesidades).
- Formación entre iguales.
- Seguimiento mensual.
- Sistema de comunicación fácil (Whatsapp).
- Preguntando a los beneficiarios.
- Red con otras entidades (SOC, SEPE..)
- Transmitir mejor la experiencia.
- Base de datos de historias y casos de éxito.
- Referentes digitales.
- Mostrar perfiles de profesionales parecidos que sean usuarios (Ej. edad)
- Visitas a empresas digitales.
- Visitar IMO y explicar desde dentro (charlas).
- Hacer campañas.
- Soporte de empresas especializadas (sondeo).
- Visibilizar a los conectores.
- Ampliar las competencias de los profesionales (Kiko 2.0)
- Estabilidad del punto de soporte digital.
- Profesionalizar al conector, que pueda hacer “carrera”.
- Formar a los conectores, especializarlos.
- Formaciones específicas de los conectores por campañas y subvenciones.
- Cohesión de grupo con objetivo claro para conectores.
- Conectar al conector con el orientador.
- Que la persona de confianza sea el orientador.
- Que sea la persona que recomienda cursos.
- Horario de servicio estable.
- Estabilidad de los servicios.
- Estabilidad del punto de soporte digital.



Prototipo 1



Prototipo 2



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Bloque 3

Digitalizar.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Digitalizar.

Reto 5

¿Cómo podríamos **acercar** la digitalización al **contexto de uso habitual** de las personas usuarias?

Reto 3

¿Cómo podríamos **aportar seguridad** a la ciudadanía en el momento de afrontar su digitalización?

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 5: ¿Cómo podríamos acercar la digitalización al contexto de uso habitual de las personas usuarias?

- Adaptación simpática a cada perfil.
- Desde la perspectiva e intereses de a quién va dirigido.
- Adaptarnos a cada persona y a sus circunstancias (nivel, horarios).
- Adaptar contenidos según el grupo de edad y el canal de consumo (jóvenes).
- Diferentes horarios para poder conciliar.
- Lengua materna de origen.
- Lenguaje claro. Adaptado al usuario.
- Lenguaje inclusivo.
- Consiguiendo que lo sientan y se sientan útiles.
- Asegurarse de las competencias “Herramientas”
- Grupos ya establecidos.
- Grupos reducidos.
- Grupos intergeneracionales con vínculo.
- Campañas de digitalización dirigidas a empresas
- Campañas de comunicación dirigidas a trabajadores.
- Campaña de digitalización para la ciudadanía por colectivos.
- Píldora o base de todas las formaciones IMO (Conocimientos básicos).
- Ofrecer formación para personas ocupadas (formación continuada).
- Talleres dentro y fuera de diferentes sedes.
- Transferir el conocimiento digital de los jóvenes mediante formaciones.
- Formación entre iguales.
- De forma gráfica, con esquemas o dibujos.
- Digitalización para situaciones prácticas de la vida real: entradas para la piscina, hora en el médico.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Reto 3: ¿Cómo podríamos aportar seguridad a la ciudadanía en el momento de afrontar su digitalización?

- Definir cuáles son los mínimos en digitalización para la vida.
- Definir NIVELES de lo mínimo para la vida.
- Preguntar qué necesidades tienen.
- Preguntar qué se puede mejorar.
- Escape Room para que vean cuál es su necesidad (recrear una necesidad para crear autonomía).
- Correo electrónico personal.
- Enseñar a manejar las App del móvil (ocio).
- Importancia de la seguridad digital.
- Buen seguimiento. Kahoots casos prácticos.
- Experiencia digital infantil.
- Teléfono de línea directa.
- Civismo y marca digital.
- Que los formadores tengan figuras referentes tengan o embajadores en colectivos difíciles de penetrar.
- Embajadores (concepto general).
- Mentoraje de igual a igual.
- Historia personal de una usuaria.
- Invitar a personas que expliquen.
- Personas voluntarias.
- Colaboración de exalumnos.
- Personas mayores digitalizadas como tutoras.
- Aprovechar el conector para facilitar info “kit” (folleto).
- Continuidad de los conectores en los puntos de soporte digital.
- Implicando a la mayoría del personal del IMO.



Prototipo 1



Prototipo 2



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

3.2. Prototipado.

Seleccionadas las propuestas a desarrollar se plantean prototipos para testar las nuevas ideas de servicio con el personal y las personas usuarias.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

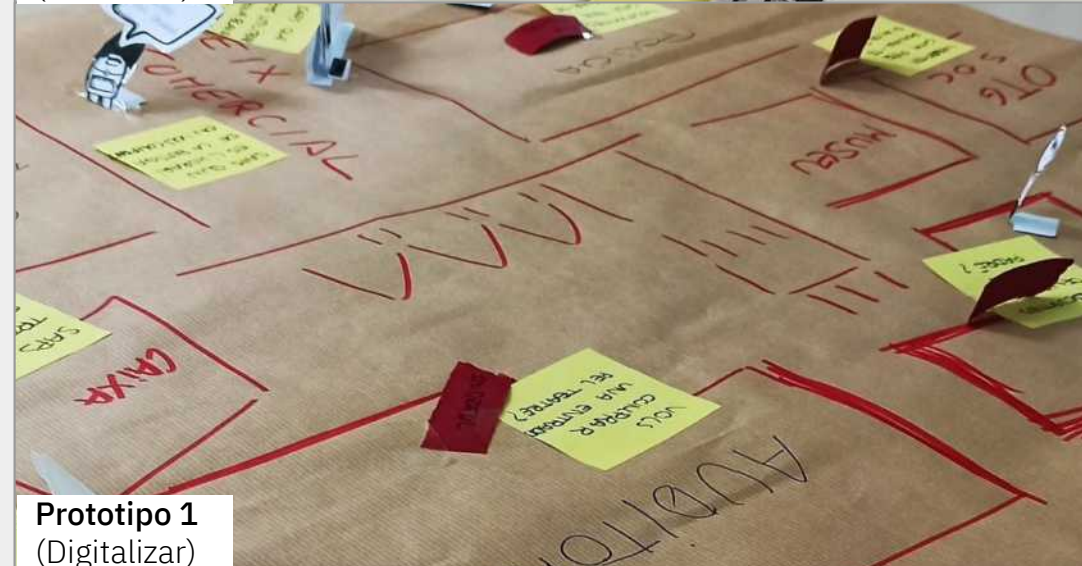
Red IMO: marca dentro y fuera de nuestros espacios.

Rediseño de la presencia de la marca del IMO en la ciudad de Lleida y en los espacios del IMO para ganar visibilidad y ser más reconocibles como agente digitalizador.

- Ofrecer una visión global de todos los espacios IMO.
- Unificar la imagen de marca del IMO.
- Facilitar a las personas llegar al IMO.
- Hacer a las personas usuarias conscientes de sus necesidades digitales en su vida diaria.
- Posicionar al IMO como un agente clave para digitalizarte.



Prototipo 1
(Visibilizar)



Prototipo 1
(Digitalizar)

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Red IMO: marca dentro y fuera de nuestros espacios.

Artefactos

Mapa de los espacios del IMO en diferentes soportes.

Carteles, pegatinas, merchandising #IMOdigital en comercios y empresas.

Elementos de marca en espacios IMO y “para llevar”.

Requisitos

Este mapa incluye: IMO Central, puntos de soporte digital, etc.

Versión digital que pueda estar en la web para uso por perfiles digitales, orientadores, etc.

Versión física, ej. cartel, en puntos clave como autobuses que incluyen cómo llegar al IMO más cercano.

Plantilla para estos mensajes.

Ejemplos de mensajes y posibles ubicaciones.

Identificar junto a personas usuarias mensajes y ubicaciones de interés.

Identificar elementos reconocibles de la estética del IMO y darles mayor presencia en todos los espacios.

Crear un elemento “portátil” ej: rollup, para identificar otros espacios en actividades puntuales, ej: encuentros empresa - universidad.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Botiquín de emergencia (kit) digital.

Una sesión de atención personalizada basada en “Enseñar, no hacer” donde las personas usuarias, en su propio teléfono móvil, aprenderán a utilizar las aplicaciones básicas para desenvolverse en el día a día con confianza y seguridad.

- Acercar la digitalización a las personas en brecha digital.
- Aprovechar la figura del conector como Técnico de apoyo a la digitalización.
- Familiarizar a las personas usuarias con el servicio mediante el uso de sus propios dispositivos personales.



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Botiquín de emergencia (kit) digital.

Artefactos

Flyer botiquín de emergencia (kit) digital - Esencial.

Flyer botiquín de emergencia (kit) digital - Pro.

Protocolo para las sesiones de “primeros auxilios”.

Requisitos

Qué vas a hacer:

- Tareas relacionadas con correo electrónico.
- Espacio abierto para consultas ¿qué tareas necesitas aprender?

Qué necesitas: tu móvil.

Cómo me apunto > cita previa.

Qué vas a hacer:

- Certificado digital / clave.
- Hacer un trámite básico: ej. empadronamiento.
- Espacio abierto para consultas ¿qué tareas necesitas aprender?

Qué necesitas: tu móvil.

Cómo me apunto > cita previa.

En espacio físico: en la ciudad o en el IMO, con cita previa.
Mínimo 1h.

Al final, intercambiar contactos para enviarle ofertas y formaciones o que nos hagan consultas.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

App IMO: define tu propia ruta

Herramienta digital que identifica tus necesidades y preferencias y te orienta de manera flexible en el uso de los servicios del IMO. Esta herramienta puede utilizarla el usuario por su cuenta o con ayuda de un conector/orientador.

- Realizar un diagnóstico de las habilidades y necesidades de las personas usuarias.
- Favorecer la difusión de formación, ofertas y servicios a los usuarios de manera personalizada y ajustada a su perfil.
- Facilitar la localización de perfiles adecuados a ofertas de las empresas.



Prototipo 2
(Captar y Conectar)



Prototipo 2
(Visibilizar)

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

App IMO: define tu propia ruta

Artefactos

Auto-evaluación de tus competencias básicas



Definir tus intereses



Recomendaciones personalizadas de servicios del IMO

Requisitos

Competencias básicas como: digitalización, matemáticas, idioma etc.

La duración del test depende de tu nivel.

Identificar qué necesitas y qué crees que necesitas.

Intereses formativos.

Intereses laborales.

Cuál es tu prioridad: formarte o mejorar tu ocupación.

Envío de ofertas o recomendación de empresas a las que enviar el CV.

Envío de información de cursos.

Sugerencias de otros servicios del IMO.

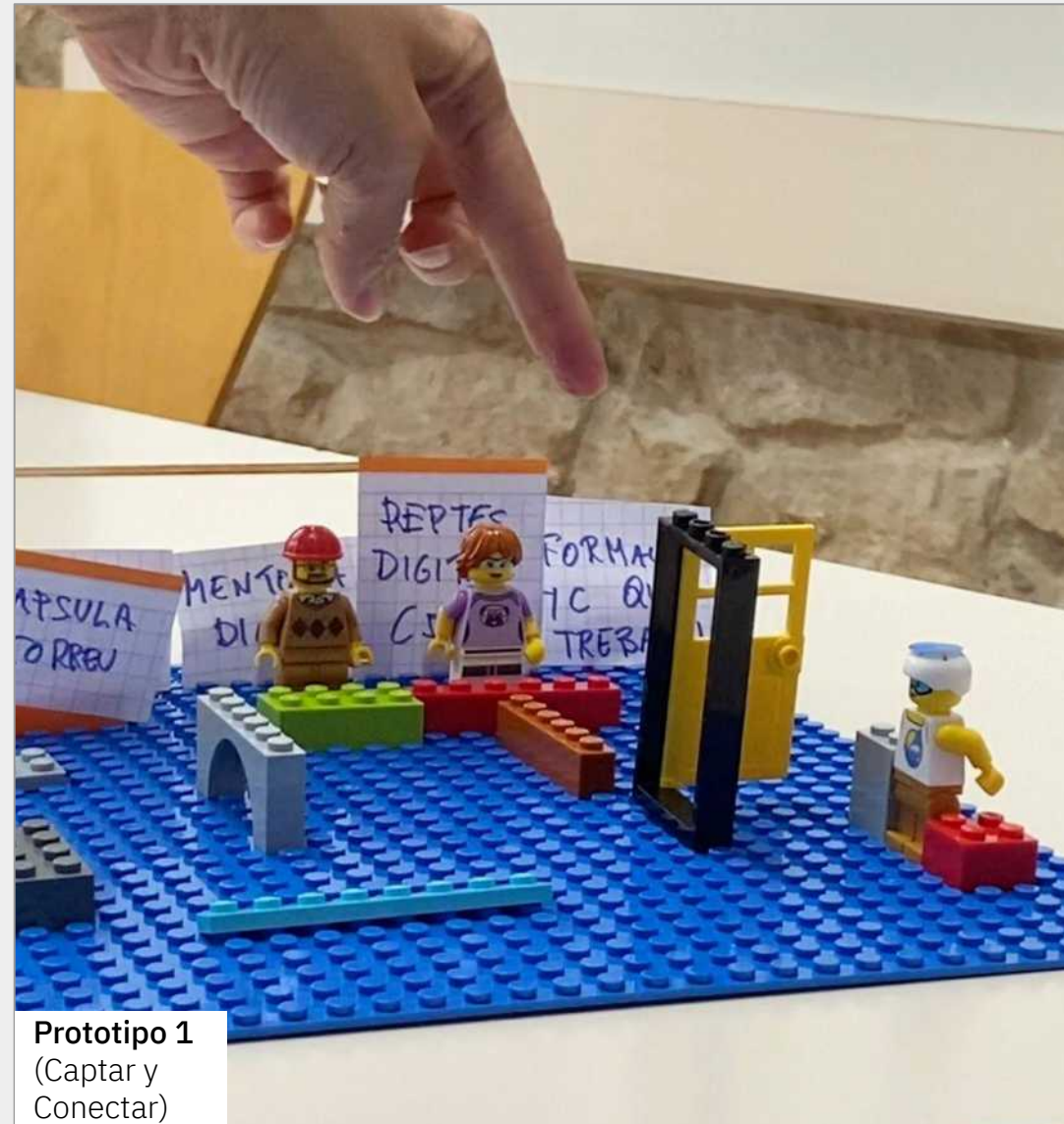
Difusión de RRSS: síguenos para estar al día.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Itinerarios formativos flexibles.

Ofrecer itinerarios formativos flexibles con contenidos y formatos adaptados al objetivo laboral de cada persona usuaria.

- Conectar orientadores y conectores para definir los itinerarios.
- Tener un recorrido sencillo y personalizado de pasos para mejorar su empleabilidad laboral.
- Contar con el apoyo de una figura de referencia: su conector/ orientador para el seguimiento del itinerario.



Prototipo 1
(Captar y Conectar)

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Itinerarios formativos flexibles.

Artefactos

Configuración del itinerario.

Plantilla para itinerario formativo.

Formatos de formación.

Requisitos

Junto al conector u orientador que será mi contacto de referencia para todo el proceso.

Definir los contenidos, los pasos, ej:

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Necesidades por sector/empresas

Identificar claramente la meta, el objetivo laboral.

Identificar los formatos que generan mayor interés:

- Cursos: presencial, virtual o aula virtual moodle con contenidos y actividades.
- Cápsulas formativas.
- Retos vía whatsapp/telegram.
- Grupos o comunidades virtuales.
- Mentorías.

Primera propuesta de prototipo



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

3.3. Test.

Los prototipos se testan con los diferentes grupos de usuarios involucrados en el servicio para recoger ideas de mejora que permitan iterar los prototipos y definir el servicio final. En primer lugar se realizan las sesiones de test con el equipo central que permiten iterar los prototipos y presentar una versión más evolucionada al resto de grupos de interés.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.



“Digitalitzar-me em va ajudar a trobar feina”

**Vine a l'IMO
#LleidaConnecta**

mo_
institut municipal d'ocupació salvador segur

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social



“L'IMO m'ha empoderat digitalment renovant la meva connexió amb el món laboral”

**Vine a l'IMO
#LleidaConnecta**

mo_
institut municipal d'ocupació salvador segur

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social



“L'IMO m'ha empoderat digitalment renovant la meva connexió amb el món laboral”

**Vine a l'IMO
#LleidaConnecta**

mo_
institut municipal d'ocupació salvador segur

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Estados de Whatsapp

Feedback de las personas usuarias

- Reconocen que **whatsapp** es un canal con el que la gente está **familiarizada** y que tiene todo el mundo.
- Les gusta que aparezcan **perfiles** de gente mayor (+45) que ellos/as creen que **necesitan** digitalizarse y a los que les cuesta más. *“Veo que el IMO pone el foco de la digitalización en la gente que verdaderamente lo necesita”*
- **Especificar** a estos perfiles en el **mensaje** que aunque no sepas nada puedes empezar desde 0.
- Comentan que podría hacerse referencia a **otros niveles de digitalización**. Atraer a otros perfiles que tengan **necesidades diferentes (2.0)**. *“Veo a personas de edades diferentes que tendrán necesidades diferentes.”*
- Tener en cuenta que hay gente que **no usa/mira** los **estados** de whatsapp y que estos vídeos podrían mandarse por chat de whatsapp también. Perfil +45 *“Yo no uso estados de whatsapp. Prefiero que me manden un video antes que una imagen fija porque es más dinámico.”*
- Las **imágenes fijas** se consumen más **rápido**, tenerlo en cuenta a la hora de difundir por whatsapp (**versión estática** de los vídeos). Perfil joven: *“Si tengo 5 minutos en el trabajo para ver algo que me ha mandado el IMO prefiero que sea una foto, el vídeo me hace perder más tiempo y muchas veces si no carga a la primera lo quito.”*
“Antes descargaría una imagen que un vídeo.”
“Si el IMO me manda algo lo abro porque sé que es información de algo que me puede interesar.”

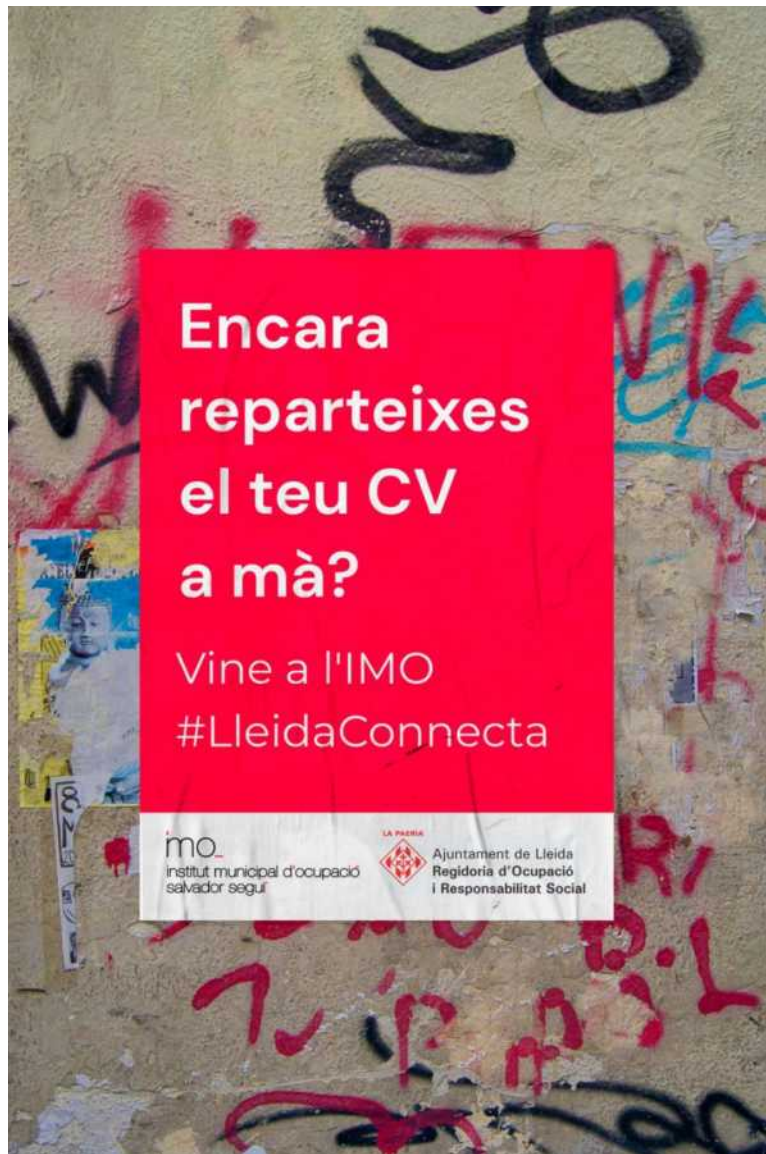
Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Estados de Whatsapp

Feedback del equipo IMO

- Echan en falta el **perfil** de la persona **migrante joven-mediana edad** de origen **africano**. *“Es uno de los perfiles con mayor presencia y con el que más trabajamos y creemos que tendría que tener representación en los vídeos.”*
- Les encaja la **edad** del **matrimonio** mayor porque ven reflejadas a esas personas que tienen que **digitalizarse** para mantener su **empleo**.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Carteles y pegatinas

Feedback de las personas usuarias

- Creen que el tema del **CV** es un buen **reclamo** porque ya no recogen CV en **papel** y la gente lo sabe. *“Un CV en papel les da rechazo a las empresas.”*
- Si una **empresa** recibe **CV** de alguien que está en el **IMO** lo ven con mejores ojos, y eso los ciudadanos lo saben. *“Llevo 2 semanas en el IMO y ya he hecho 3 entrevistas”.*
- Creen que los **mensajes** tienen mucho **enganche** y poniendo la palabra **IMO** aún más. *“Estos carteles muestran una realidad a través de una invitación.”*
- Esperarían encontrarlos en sitios como la **oficina del paro, bibliotecas** o **instituciones públicas**.
- También en lugares que “mueven gente” como paradas de **autobús** y dentro de los buses o los taxis. En el bus a la universidad. También en la **TV** y en la **prensa** locales.
- Creen que falta **información** de cómo **acceder** al IMO como el número de **teléfono** o un **mensaje** como *¡Entra y preguntanos!*. *“Hay gente que agradece que otra persona sea la que le de esa información.”*
- Valoran que estos lugares puedan tener **folletos** del IMO relacionados con digitalización para dar a la **gente** que se interese.
- Creen que estos carteles llamarían su **atención** por el **color** intenso de fondo y que **destacarían** entre los demás. *“La gente hace fotos a los carteles para acordarse.”*

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Carteles y pegatinas

- Las **pegatinas** las ven menos útiles, se las imaginan en sitios más aleatorios como **farolas** en parques o a modo de **tarjetas** con el contacto del IMO por detrás (en mano, en buzones).
- Reconocen que repartir pegatinas tiene **peligro** (las pueden pegar donde no se debe).
- Dejarlas en el parabrisas llamaría la atención si lo primero que lees es **quien lo promociona**. *“La gente cuando es algo del ayuntamiento no pasa del tema”.*
- La persona de recepción reconoce que casi todo el mundo viene por el **boca a boca**. *“Muchos que vienen son del SOC, nos recomiendan allí.”*
- También cuentan que algunas personas vienen preguntando por **algo que vieron**. *“Un señor vino preguntando por un cartel verde que había visto.”*
- Creen que no todo el mundo conoce o entiende palabras como digitalización o CV o habría que hacer algunos carteles con un **lenguaje más simple**. *“Igual alguien no sabe lo que implica estar digitalizado.”*

Feedback del equipo IMO

- Creen que poner carteles en sitios del Ayuntamiento es viable, pero que quizá no quieren la **obligación** de tener que explicar servicios del IMO. **Poner el teléfono**.
- Se preguntan si lo entenderán en catalán o deberían plantear algunos carteles en castellano. *“Vienen con amigos que hablan castellano para traducirles luego a su lengua materna.”*

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Júlia




el teu jo digital

#LleidaConnecta

mo_ Institut municipal d'ocupació salvador seguri

LA PERRA Ajuntament de Lleida Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social

Saps el que necessites per millorar les teves oportunitats de trobar feina?

-  Tenir un **compte de correu electrònic**
-  Tenir un **currículum vitae** digital i en paper actualitzat
-  Obtenir un **sistema d'identificació digital** per poder fer tràmits amb l'Administració (Cita prèvia, sol·licitar vida laboral, etc.)

També et recomanem aprendre a:

- Utilitzar l'ordinador
- Utilitzar el mòbil
- Navegar per internet
- Treballar al núvol
- Fer tràmits i gestions laborals
- Fer tràmits digitals
- Crear documents de text

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Comença aquí:

1. Crea el teu correu electrònic fàcilment.



Vídeo pas a pas

Escanejant aquest codi QR amb la càmera del telèfon mòbil accediràs a un vídeo que t'explicarà com fer-ho pas a pas.

Apunta el teu correu electrònic i guarda'n la contrasenya en un **lloc segur**.

2. Continua a l'IMO

Ves a un dels espais de l'IMO i realitzarem un primer diagnòstic per conèixer el teu perfil digital. Per concertar una cita, truca al 973 242 000.

Apunta aquí les dades de la teva cita:

 Lloc:

 Hora:

 Referent:

Acudeix a l'IMO sempre que ho necessitis. Aquí comença el teu viatge cap a la digitalització.

On ens pots trobar?



IMO. Salvador Seguí
C/ Pare Palau, 5. 25005 - Lleida
973 242 000
imo@paeria.cat
☎ +34 680 853 532



Línea d'autobús:

Línia 4

Parades més properes:

(1) Parada Recorrido

(2) Parada La Mitjana

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Kit Digital

Feedback de las personas usuarias

- Consideran que es un producto/servicio necesario y de mucho valor. *“Desde el COVID digitalizarse a este nivel es un básico.”*
- Opinan que si te lo dan a mano y no sabes utilizar un **QR**, que te lo expliquen ya es una primera **píldora**. *“Aunque nos siga costando, esto ya está a la orden del día.”*
- **Compensar** la información que aparece en las dos páginas interiores (izquierda respira más que la derecha).
- Comentan que aunque pudiera no resultarles útil, sí lo **guardarían** para dárselo a **otras personas** de su entorno. *“A mi abuela le iría genial, lo que iba a fardar de estar aprendiendo estas cosas.”*
- Comentan que el propio kit podría **fomentar** esta **recomendación**, pasar de **mano** en mano, de la misma forma que ya está funcionando el **boca a boca**. Una frase que diga *“Si este folleto no es de tu interés pero crees que podría ayudar a alguien, por favor, házselo llegar por nosotros.”*
- Comentan que también podría dejarse en el **tablón** de anuncios **centros educativos** (ESO, Bachiller y FP) por la parte de **digitalización** para hacer trámites. *“Estos ciclos son el vivero de trabajadores.”*
- Los perfiles **digitalizados** encuentran interesantes **otros temas** como el trabajo en la nube o la tramitación digital. *“Yo creo que me queda por aprender mucho de lo básico todavía.”*

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Kit Digital

- Están **concienciados** con que tendrán que seguir aprendiendo. *“Lo digital siempre cambia, hay que actualizarse y estar siempre aprendiendo.”*
- Perfiles digitalizados ven necesario que se cuente que se dan formaciones para **niveles superiores**. Debaten colocar una frase informativa o que aparezcan **palabras clave** que llamen la **atención** (Ej. WeTransfer).
- Proponen que el kit tenga una **página** más destinada a la **digitalización 2.0** y utilizar frases con **gancho** como las de la teletienda *“¿Quieres enviar archivos pesados que no consigues enviar por Gmail? Aprende a usar WeTransfer con nosotros.”* *“¿Todavía no usas WeTransfer?”*
- Comentan la importancia de ver el **valor** de digitalizarse, que les hablen de cómo esto mejorará sus **oportunidades**. *“Si sé que esto me va a dar trabajo y dinero en el futuro lo haría, pero no solo digitalizarme por que si.”*
- Proponen usar **QR** para poder acceder a esta información de **digitalización 2.0** ampliada por no saturar el folleto ni confundir/asustar a la gente que no está digitalizada.

Perfil digital

- Les causa **curiosidad** el concepto. Se hacen una idea de lo que puede ser.
- Ven interesante poder apuntar la **cita** en el mismo folleto.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Kit Digital

- Creen que es importante **tomar conciencia** de tu nivel digital. *“Acabo tirando de YouTube porque me doy cuenta de que no lo sé hacer...”*
- Reconocen que la digitalización ha llegado a lo **cotidiano**. *“Ahora resulta que las multas se pagan por internet ¿Y si no sé?”*
- Perfiles más jóvenes entienden mejor la **necesidad** cuando se relaciona con **mejorar** su situación **laboral**.
- La última **frase** les gusta. Creen que refleja la predisposición que el IMO tiene para **ayudarte** y **acompañarte** y que es un guiño a la calidad del **trato** humano.

Mapa

- Creen que les serviría mucho porque el **IMO no es fácil de encontrar**. Si vas en bus sabes donde tienes la **parada** más **cercana** y si vas andando sabes orientarte porque aparecen los lugares/**zonas** más **principales** de la ciudad.
- Ven interesante incluir **señalética** en la ciudad que te guíe, como ocurre con las piscinas municipales *“Al final esto es del Ayuntamiento”*.

Feedback del equipo IMO

- Utilizar la **frase** como **eslogan** de la **portada** *“Júlia, aquí comienza tu camino hacia la digitalización”*.
- Valorar el uso real de las **líneas** de la portada.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Benvingut/da a l'IMO!

Avaluació de Competències Digitals


A l'IMO vetlem pel teu desenvolupament en el món digital. Hem creat una avaluació de competències digitals per ajudar-te a millorar les teves habilitats en l'ús de la tecnologia a fi d'impulsar-te cap al món laboral.

Segueix aquests passos per començar:

- 1. Engega el teu ordinador.
- 2. Connecta't a Internet utilitzant la xarxa WIFI IMO_1234 (contrasenya: ABC123_?).
- 3. Obre el teu navegador web i accedeix a la pàgina web de l'IMO.
- 4. Agafa el teu mòbil, tria una persona i busca'n el contacte.
- 5. Des del teu mòbil, accedeix al teu correu electrònic. Si no pots fer-ho des del mòbil, fes servir l'ordinador.
- 6. Des del teu mòbil, envia la teva ubicació a un dels teus contactes per whatsapp.

A l'IMO, estem compromesos amb el teu èxit en el món digital. Estem aquí per ajudar-te!

imo
Institut municipal d'ocupació
salvador seguí

 Ayuntamiento de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Cuestionario - Tareas

Feedback de las personas usuarias

- A ellos también les gustaría tener la **hoja** con las tareas delante.
- Les gusta la idea de que sea una **persona** la que le evalúe y que pongan a disposición un ordenador. *“Para empezar no lo puedes hacer si no tienes ordenador propio”.*
- Reconocen que a la hora de adquirir un **dispositivo electrónico** siempre se decantarán por un **teléfono móvil** por tener más funcionalidades, mejor precio y portabilidad.
- Coinciden en que por por más digitalizados que estemos el **factor humano** no se puede perder, la gente lo valora especialmente cuando se tiene miedo e **inseguridad** ante algo **nuevo**. *“El salto a la digitalización debe ser a través de personas.”*

Feedback del equipo IMO

- Comentan que dar algo de **flexibilidad** en la interpretación de las tareas puede dar información de **valor** como la **capacidad** de **resolución**. *“Esta clase de cosas son las que no vería un ordenador pero sí veríamos nosotros.”*
- Les gusta el **concepto** de *Este es mi diagnóstico actual y de aquí voy a partir.*
- Ven este test como una **toma de conciencia** que puede ser muy útil como puerta de **entrada** a un futuro proceso de **orientación**.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador segur

LÀ PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Hem creat el teu perfil digital a l'IMO!

Nivell de coneixements

Maneig del mòbil

No té Bàsic Mitjà Alt

Ordinador

No té Bàsic Mitjà Alt

Correu electrònic

No té Bàsic Mitjà Alt

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Perfil digital

Feedback de las personas usuarias

- Les gusta poder ver el **nivel** que tienen en cada área, les da un **punto de partida**. *“Si sé que tengo un nivel medio en algo, ya sé que tengo que buscar cursos del siguiente nivel.”*
- Les gusta que haya un **espacio** en el que el técnico pueda matizar ese nivel, dar alguna explicación o **recomendación**.
- Les gustaría recibir unas **primeras indicaciones** para comenzar su digitalización. *“Que me den ya una cita o me aconsejen algún curso, que no vuelva con las manos vacías ahora que estoy en caliente.”*

Feedback del equipo IMO

- Reconocen que para que estén **motivadas** las personas deben conocer **para qué** están haciendo las cosas, qué finalidad persiguen.
- Reconocen que este perfil puede despertarles esa **necesidad** en la que no se habían parado a pensar antes.
- Consideran que el perfil y el futuro diagnóstico **no sustituyen a la orientación** pero que sí pueden ser unos **primeros pasos** cómodos y poco invasivos que les despierten “el gusanillo” por digitalizarse.

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Gestor/a: _____
Teléfono: _____
Afegeix-me a Whatsapp!

Itinerari digital cap a l'ocupabilitat

Introducció al món digital

↓

↓

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Itinerario

Feedback de las personas usuarias

- En general, prefieren que les indiquen los pasos a dar, cuál será su **camino**. Les da **autonomía** y les ayuda a **programarse**.
- Comentan que si uno tiene un **trabajo estable** (aunque no esté agusto) la formación tradicional será **difícil** de **compatibilizar**. *“No te quedan ganas después de 8 horas trabajando, pero a lo mejor sí que te verías un vídeo en el sofá.”*
- Reconocen que la gente que acude al **IMO** está dispuesta a mejorar/encontrar su empleo. Se **compromete** mucho más.
- Coinciden en lo **complicado** que resulta encontrar **flexibilidad** en la formación sin perder **calidad**. *“Yo estoy abierto a estas píldoras que mencionas, pero la gente prefiere lo presencial.”*
- Aseguran que tener que **moverse** de casa hace que te **comprometas** mucho más, y la motivación de estar con otras personas.
- Destacan el valor de poder consumir **online** aquellas **lecciones** a las que no puedas asistir. *“Estoy haciendo un curso de inglés en el que puedo ver online las lecciones teóricas si falto.”*

Feedback del equipo IMO

- Habilitar un **espacio** para que el usuario/a pueda poner aquello que no sabe, que le están pidiendo y no se apaña.. Preguntarle **qué necesita** para su digitalización y **hacer un itinerario conjunto con lo que hemos detectado y con lo que nos pide**. *“Hay muchos trámites que ni nosotras sabemos que se pueden hacer online y te preguntan. Nos enteramos por ellos.”*

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Vols saber-ne més?

Estem a YouTube!

Al nostre canal de YouTube, IMO Lleida, podràs trobar vídeos amb microformacions molt interessants que t'ajudaran a ampliar el teu coneixement digital d'una forma ràpida i còmoda. Com adaptar el meu CV a una oferta laboral concreta? Com aconseguir el meu objectiu professional?

Donarem resposta a aquests temes i molts altres a través de petits vídeos.

T'atreveixes a passar de nivell?

#Lleidaconnecta

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí

LA PAERIA
Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Píndola digital

Diferència entre els sistemes d'identificació digital



Escaneja aquest codi QR amb la càmera del teu telèfon mòbil i accedeix a un vídeo on aprendràs quins són els diferents sistemes d'identificació digital i com utilitzar-los tant en la teva vida diària i com també en tràmits específics que milloren la teva ocupabilitat.

Descobreix al nostre canal de **YouTube IMO** Lleida vídeos amb píndoles formatives com aquesta per ampliar el teu coneixement digital.

#Lleidaconnecta

Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Info Extra YouTube

Feedback de las personas usuarias

- Les gusta el concepto de las **píldoras** en YouTube pero **no todos las consumirían**. *“Yo si estoy trabajando igual me las veo cuando salgo de trabajar.” “Yo en YouTube veo mis cosas de siempre para desconectar, esto no me atrae.”*
- Comentan que hay cosas que **no todo** puede **aprenderse** a través de un **vídeo**, sobre todo si hay parte **práctica**, pero que algo como **tips** o consejos sí.
- Nos mencionan la **utilidad** y el **enganche** que tiene la plataforma TikTok *“Yo ya no busco nada en youtube, hasta las recetas de cocina las busco en TikTok.”*

Feedback del equipo IMO

- Ven el valor de ofrecer vídeos u otros **formatos flexibles** que **complementen** las formaciones. *“La flexibilidad hace que la gente venga ya que tener que comprometerse o tener que firmar hace que no empiecen.”*
- Considera interesante ofrecer esta **información** acerca de las cosas que han señalado que **necesitan** a modo píldora (info de trámites, paso a paso para gestionar estos trámites, etc.)
- Les parece interesante que en YouTube tengan **canales** por **niveles de digitalización** y que estos QR lleven a **listas de reproducción** de una selección de vídeos relacionados entre sí. *“Todo lo que debes saber para trabajar en la nube.”*



Fase 4:

Definición del servicio.



4.0. Visión

Haciéndonos más visibles en nuestra ciudad; más atractivos y más accesibles.

Ayudando a la ciudadanía a que nos conozca, sepa dónde estamos y de que formas podemos ayudarle. Facilitando que nos encuentren y que sepan llegar a nosotros. Transmitiendo hacia fuera lo que se vive dentro del IMO.



4.0. Visión

Conociendo a nuestras personas usuarias potenciales y comunicándonos en el lenguaje adecuado.

Detectando sus necesidades e intereses, escuchándolos y poniendo en valor el factor humano, consiguiendo adherencia en los programas y una vinculación al servicio.



4.0. Visión

Acercando la digitalización al contexto habitual de las personas proponiendo el uso de herramientas y medios con los que están familiarizados.

Aportando seguridad en el proceso mediante la adaptación de los cursos y un acompañamiento personalizado y continuado en el tiempo.



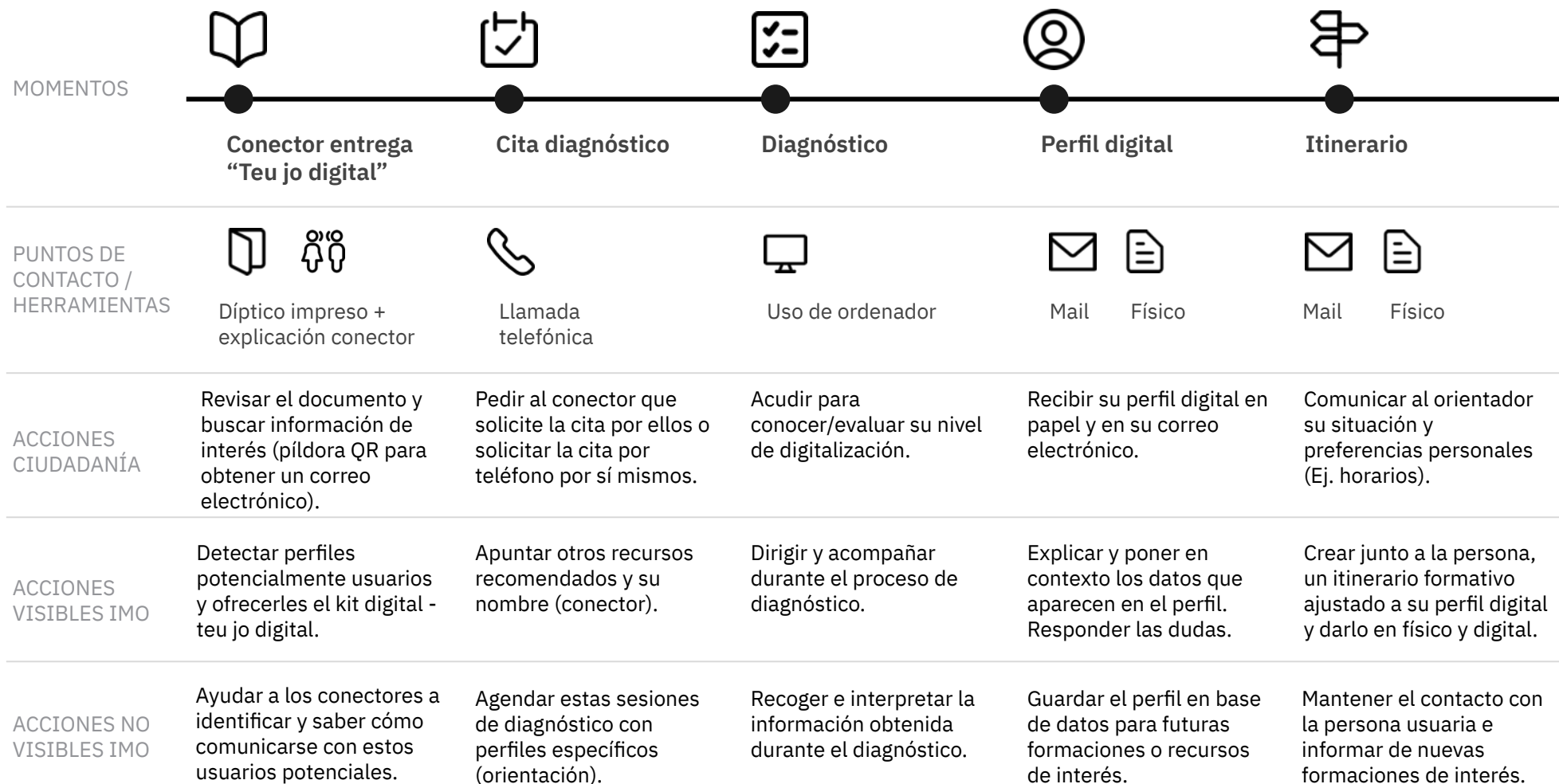
Fase 4: Definición del servicio

4.1. Blueprint del servicio.

El Blueprint del servicio es una representación visual del servicio de inicio a fin, recogiendo las distintas etapas del proceso, los pasos que realizan las personas implicadas y las relaciones entre ellas y los puntos de contacto dentro de la experiencia del servicio.

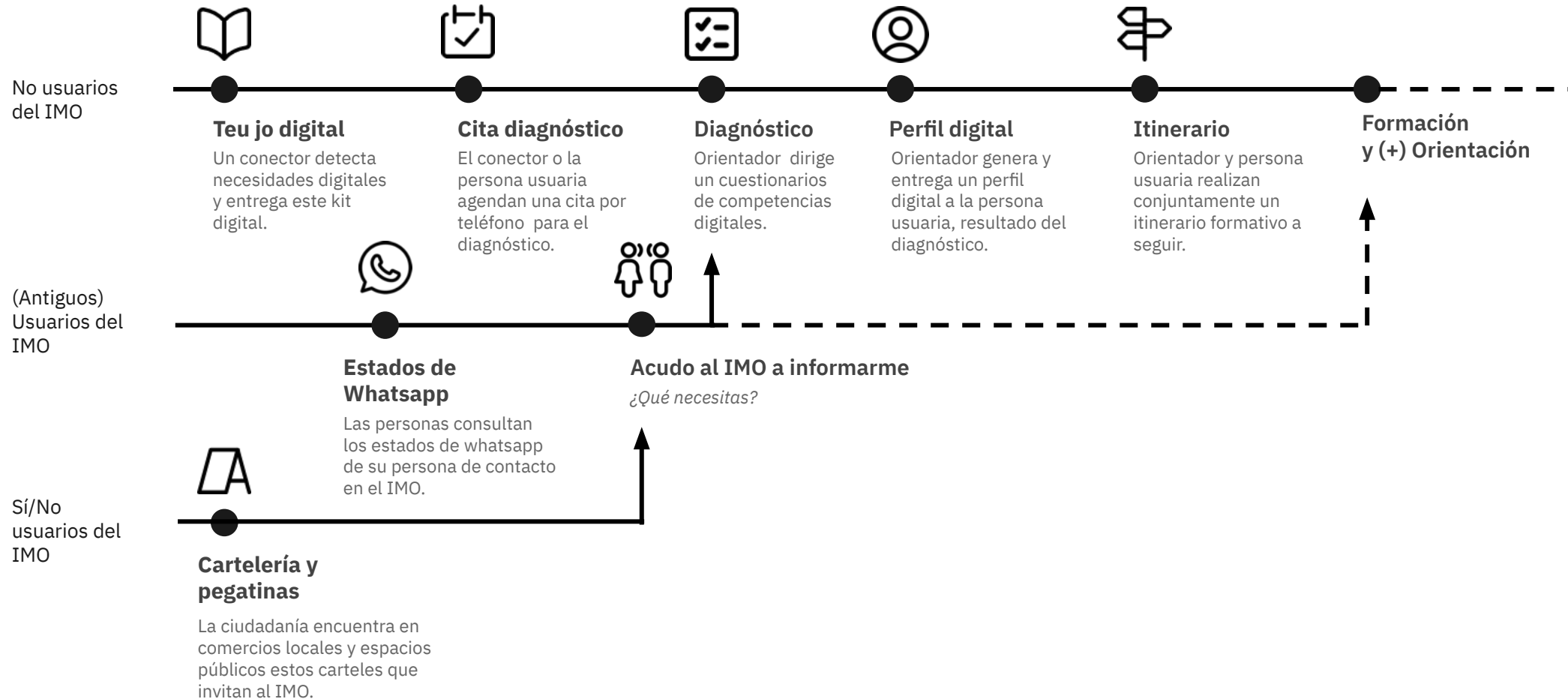
Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

La ruta desde el *teu jo digital*



Fase 3: Ideación. Prototipado. Test. Iteración.

Las nuevas rutas a la digitalización



4.2. Soluciones y puntos de contacto.

Los puntos de contacto del servicio se desarrollan al nivel de prototipo rápido con la definición suficiente para su evaluación. Los puntos de contacto se describen mediante especificaciones de diseño que permiten un desarrollo posterior.

4.2 Puntos de contacto

Cartelería

Carteles repartidos por diferentes espacios públicos y negocios locales de la ciudad.

Características:

- Lanza **preguntas que invitan a reflexionar** a la ciudadanía acerca de su nivel de digitalización e **invitan** a pasar a la **acción**.
- Se utiliza de fondo el **color corporativo del IMO** que funciona como reclamo visual, al destacar las letras blancas sobre él.
- Se incluye el **número de teléfono** del IMO, ofreciendo una forma inmediata de contactar con el servicio.



**Encara
reparteixes
el teu CV
a mà?**

Vine a l'IMO
973 242 000

#LleidaConnecta

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí



Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

**Millora les
teves habilitats
digitals. Fes el
salt cap a la
digitalització.**

Vine a l'IMO
973 242 000

#LleidaConnecta

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí



Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

4.2 Puntos de contacto

Estados Whatsapp

Videos cortos y sin sonido que muestran a diferentes perfiles potencialmente usuarios/as de los servicios de digitalización que ofrece el IMO.

Características:

- Muestran **diferentes perfiles** potencialmente usuarios de un servicio de digitalización en un contexto de uso digital. Visión “lo que he conseguido”.
- **Velocidad** ralentizada con la que genera una estética emotiva, apelando a la parte **emocional**.
- Una **frase** que podría haber expresado la persona que aparece en el vídeo y que refuerza la idea de que es un **testimonio** real de alguien que ya ha sido usuario/a.



“Digitalitzar-me em va ajudar a trobar feina”

**Vine a l'IMO
#LleidaConnecta**

mo_
institut municipal d'ocupació salvador seguí

LA PAERIA
 **Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social**

“Avui comença el meu camí cap a la digitalització”

**Vine a l'IMO
#LleidaConnecta**

mo_
institut municipal d'ocupació salvador seguí

LA PAERIA
 **Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social**

4.2 Puntos de contacto

Kit Digital

El “Teu jo digital” funciona como una **primera toma de contacto con la digitalización** al mismo tiempo que **presenta y da a conocer al IMO** como servicio.

Características:

- Indica las **primeras pautas** a seguir para adquirir una digitalización básica enfocada a mejorar la empleabilidad, además de mencionar **otras áreas de digitalización** de interés.
- Contiene una **píldora informativa** de digitalización básica (correo electrónico) y fomenta buenas prácticas de **seguridad digital**.
- Invita a **contactar** con el IMO a través del servicio de creación del perfil digital.
- Contiene información acerca de servicios de **digitalización 2.0** para perfiles ya digitalizados.
- Contiene información acerca de la **ubicación** de la sede central y de cómo llegar hasta ella.



On ens pots trobar?



IMO. Salvador Seguí
C/ Pare Palau, 5. 25005 - Lleida
973 242 000
imo@paeria.cat
+34 680 853 532



Línea d'autobús:

Línia 4

Parades més properes:

- (1) Parada Recorrido
- (2) Parada La Mitjana

Júlia,
el teu jo digital
#LleidaConnecta

mo_
institut municipal d'ocupació
salvador seguí



Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Saps el que necessites per millorar les teves oportunitats de trobar feina?



Tenir un **compte de correu electrònic**



Tenir un **currículum vitae** digital i en paper actualitzat



Obtenir un **sistema d'identificació digital** per poder fer tràmits amb l'Administració (Cita prèvia, sol·licitar vida laboral, etc.)

També et recomanem aprendre a:

- Utilitzar l'ordinador
- Utilitzar el mòbil
- Navegar per internet
- Treballar al núvol
- Fer tràmits i gestions laborals
- Fer tràmits digitals
- Crear documents de text

“Si aquest fulletó no és del teu interès però creus que podria ajudar a algú, si us plau, **fes-lo arribar per nosaltres.**”

Comença aquí:

1. Crea el teu correu electrònic fàcilment.



Vídeo pas a pas

Escanejant aquest codi QR amb la càmera del telèfon mòbil accediràs a un vídeo que t'explicarà com fer-ho pas a pas.

Apunta el teu correu electrònic i guarda'n la contrasenya en un **lloc segur**.

2. Continua a l'IMO

Ves a un dels espais de l'IMO i realitzarem un primer diagnòstic per conèixer el teu perfil digital. Per concertar una cita, truca al 973 242 000.

Apunta aquí les dades de la teva cita:

 Lloc:

 Hora:

 Referent:

Acudeix a l'IMO sempre que ho necessitis.
Aquí comença el teu viatge cap a la digitalització.

Vols enviar fitxers pesats que no aconsegueixes enviar per Gmail? **Aprèn a fer servir WeTransfer amb nosaltres.”**

Què trobaràs?

- Màrqueting digital
- Posicionament SEO
- Eines col·laboratives
- Ciberseguretat
- Tecnologies Cloud
- Networking
- Espais virtuals de treball
I molt més...

Vine a l'IMO i fa el salt a una **digitalització 2.0**

Truca'ns i t'ho expliquem
973 242 000

#Lleidaconnecta

4.2 Puntos de contacto

Cuestionario

Una **batería de tareas** para evaluar el nivel de **competencias y destrezas digitales generales** de las personas usuarias.

Características:

- Dinámica **guiada y asistida** por orientadores/as o personal técnico del IMO.
- Herramientas y contexto digital **básico**.
- Tareas que incrementan su **complejidad** progresivamente.
- Sistema **no discriminatorio** a través de tareas no conectadas entre sí que permite continuar con la actividad a pesar de no superar una tarea.
- **Espacio de observación** por parte del personal del IMO en el que analizar otras capacidades relacionadas (Ej. Capacidad resolutoria)

Benvingut/da a l'IMO!

Avaluació de Competències Digitals


A l'IMO ens preocupa el teu desenvolupament en el món digital. Hem dissenyat aquestes competències digitals per ajudar-te a millorar les teves habilitats en l'ús de les tecnologies digitals en el món laboral.

Segueix aquests passos per començar:

1. Engega el teu ordinador.
2. Connecta't a Internet utilitzant la xarxa WIFI IMO_1234 (contrasenya: 12345678).
3. Obre el teu navegador web i accedeix a la pàgina web de l'IMO.
4. Agafa el teu mòbil, pensa en una persona i busca el contacte a la teva agenda.
5. Des del teu mòbil, accedeix al teu correu electrònic. Si no pots, intenta-ho des de l'ordinador.
6. Des del teu mòbil, envia la teva ubicació a un dels teus contactes.

A l'IMO, estem compromesos amb el teu èxit en el món digital. Esperem que t'agradi i que t'ajudi.


institut municipal d'ocupació
salvador seguí

 Ajuntament de Lleida
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

Benvingut/da a l'IMO!

Avaluació de Competències Digitals


A l'IMO vetllem pel teu desenvolupament en el món digital. Hem creat una avaluació de competències digitals per ajudar-te a millorar les teves habilitats en l'ús de la tecnologia a fi d'impulsar-te cap al món laboral.

Segueix aquests passos per començar:

1. Engega el teu ordinador.
2. Connecta't a Internet utilitzant la xarxa WIFI IMO_1234 (contrasenya: ABC123_?).
3. Obre el teu navegador web i accedeix a la pàgina web de l'IMO.
4. Agafa el teu mòbil, tria una persona i busca'n el contacte.
5. Des del teu mòbil, accedeix al teu correu electrònic. Si no pots fer-ho des del mòbil, fes servir l'ordinador.
6. Des del teu mòbil, envia la teva ubicació a un dels teus contactes per whatsapp.

A l'IMO, estem compromesos amb el teu èxit en el món digital. Estem aquí per ajudar-te!

imo
Institut Municipal d'Ocupació
salvador seguí

 **Ajuntament de Lleida**
Regidoria d'Ocupació
i Responsabilitat Social

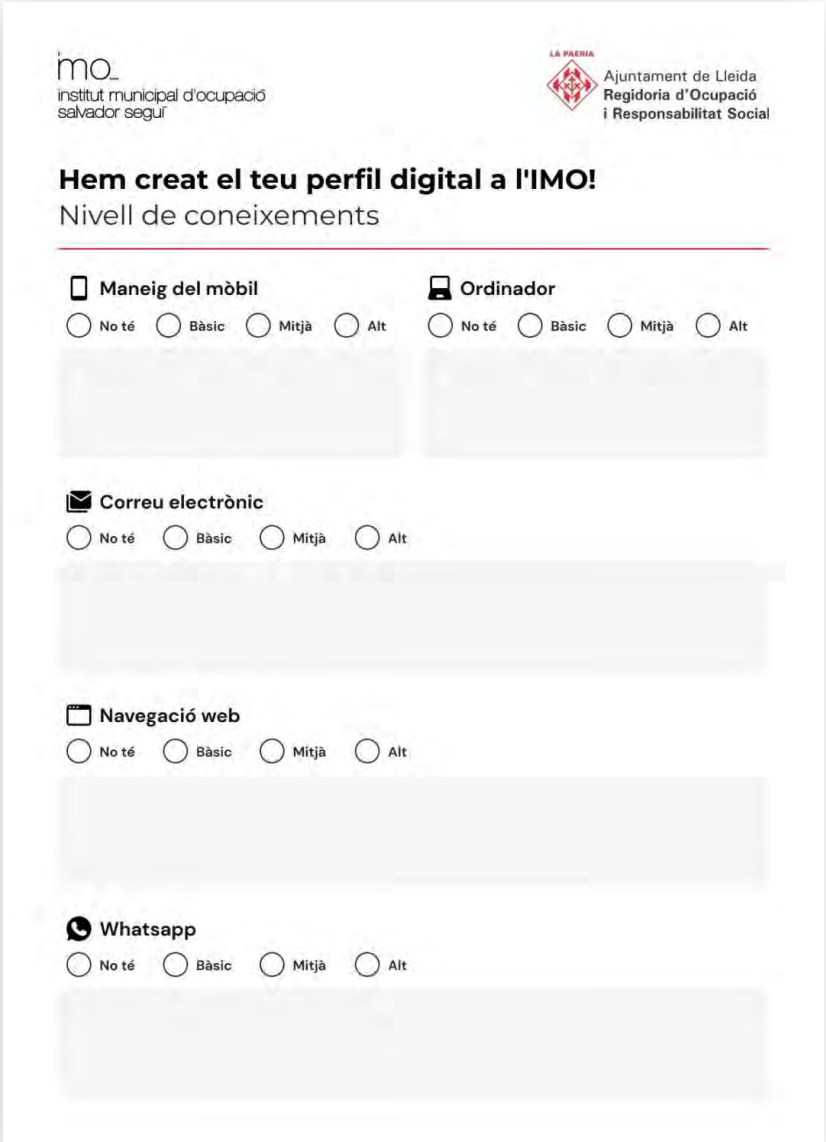
4.2 Puntos de contacto

Perfil digital

Hoja resumen que recoge el nivel de competencias digitales básicas observadas durante el itinerario.

Características:

- Permite evaluar entorno a **4 niveles** para facilitar el consumo de esta información.
- Ofrece **espacios** en los que el/la técnico/a puede **añadir información** como observaciones o recomendaciones.
- Uso de **iconos** que facilitan la comprensión/interpretación a personas con dificultades de comprensión idiomática.
- **Lenguaje amable** y cercano que facilite la recepción de este documento con independencia del resultado.



mo_ Institut municipal d'ocupació salvador segur

LA PAERIA Ajuntament de Lleida Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social

Hem creat el teu perfil digital a l'IMO!

Nivell de coneixements

Maneig del mòbil No té Bàsic Mitjà Alt **Ordinador** No té Bàsic Mitjà Alt

Correu electrònic No té Bàsic Mitjà Alt

Navegació web No té Bàsic Mitjà Alt

Whatsapp No té Bàsic Mitjà Alt



Hem creat el teu perfil digital a l'IMO!

Nivell de coneixements

Maneig del mòbil

No té Bàsic Mitjà Alt


Ordinador

No té Bàsic Mitjà Alt


Correu electrònic

No té Bàsic Mitjà Alt


Navegació web

 **Correu electrònic**

No té Bàsic Mitjà Alt

 **Navegació web**

No té Bàsic Mitjà Alt

 **Whatsapp**

No té Bàsic Mitjà Alt

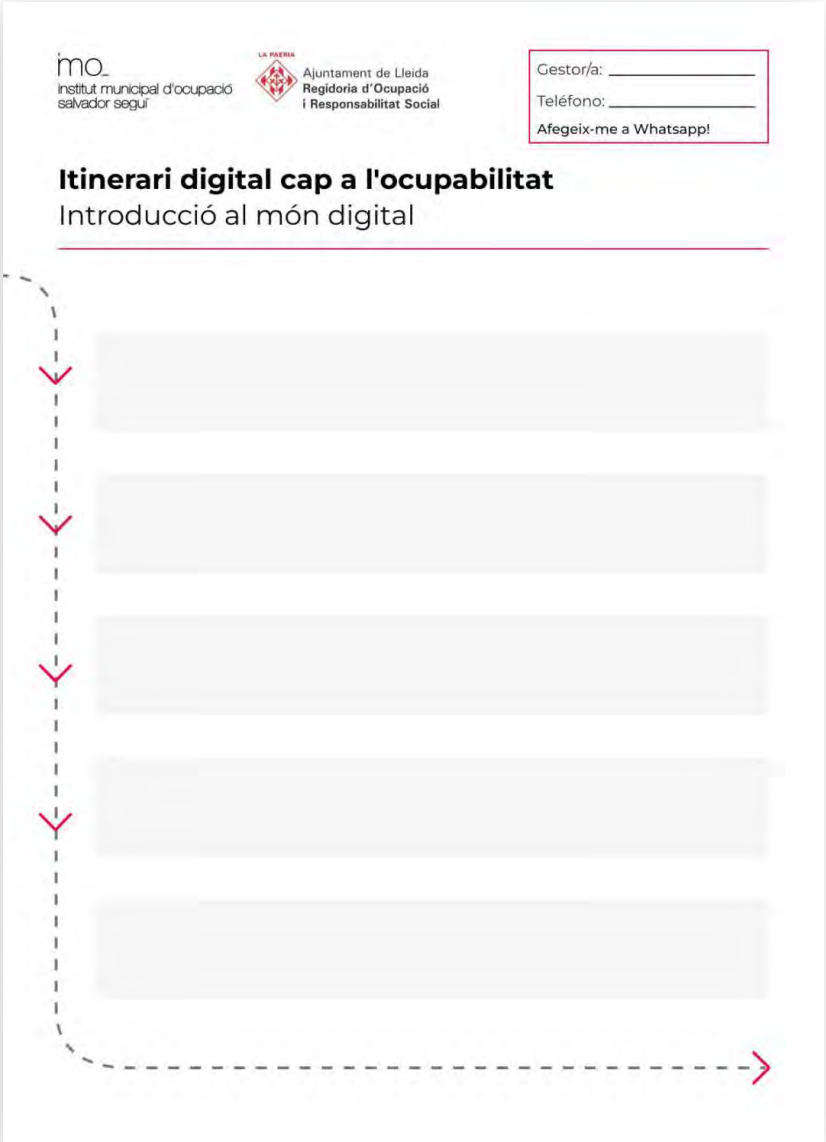
4.2 Puntos de contacto

Itinerario

Hoja de ruta con los pasos recomendados a seguir que se entrega a la persona usuaria enfocada a **iniciar o completar** su proceso de **digitalización**.

Características:

- Se realiza conjuntamente con la persona usuaria.
- Se parte del **perfil digital** de la persona usuaria para ir anotando en los espacios reservados aquellos cursos, formaciones o acciones interesantes.
- En la parte de atrás, cuenta con un espacio que se reserva a la persona usuaria para que ésta **exprese** sus **necesidades, deseos o expectativas** en cuanto a digitalización, quedando presente para la recomendación de **futuras acciones** por parte del personal.



mo Institut municipal d'ocupació salvador seguí

LA PAERIA Ajuntament de Lleida Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social

Gestor/a: _____
Teléfono: _____
Afegeix-me a Whatsapp!

Itinerari digital cap a l'ocupabilitat

Introducció al món digital



Gestor/a: _____

Teléfono: _____

Afegeix-me a Whatsapp!

Itinerari digital cap a l'ocupabilitat

Introducció al món digital





Itinerari digital cap a l'ocupabilitat

Introducció al món digital

Ara m'expliques tu,
Què necessites / vols aprendre?



4.2 Puntos de contacto

Píldoras

Folleto informativo del canal de YouTube (o Tik Tok) del IMO y del contenido que la ciudadanía podrá encontrar en él.

Características:

- **Información** de valor **condensada** en formato píldora para su mejor consumo. Desde tips y minicursos de uno o varios videos hasta bloques teóricos completos de las formaciones presenciales del IMO.
- Uso de un **lenguaje sencillo, amable y apelativo**, que llama a la acción.
- Uso de **códigos QR** que faciliten el acceso al contenido desde el teléfono móvil personal y de forma **inmediata**.
- **Foco en la finalidad** que ayude a las personas usuarias a no perder la motivación: Digitalización para mejorar la situación de empleo.



The flyer features the IMO logo (institut municipal d'ocupació salvador seguí) and the Ajuntament de Lleida logo (LA PAERIA) with the text 'Ajuntament de Lleida Regidoria d'Ocupació i Responsabilitat Social'. The main heading is 'Vols saber-ne més?' followed by 'Estem a YouTube!'. The body text asks if the user can find videos on the IMO Lleida channel, mentions microformations, and offers help with CVs and job offers. It ends with the question 'T'atreveixes a passar de nivell?' and the hashtag #Lleidaconnecta on a red background.

Vols saber-ne més?

Estem a **YouTube!**

Al nostre canal de YouTube, IMO Lleida, podràs trobar vídeos amb microformacions molt interessants que t'ajudaran a ampliar el teu coneixement digital d'una forma ràpida i còmoda. Com adaptar el meu CV a una oferta laboral concreta? Com aconseguir el meu objectiu

Al nostre canal de YouTube, IMO Lleida, podràs trobar vídeos amb microformacions molt interessants que t'ajudaran a ampliar el teu coneixement digital d'una forma ràpida i còmoda. Com adaptar el meu CV a una oferta laboral concreta? Com aconseguir el meu objectiu professional?

Donarem resposta a aquests temes i molts altres a través de petits vídeos.

T'atreveixes a passar de nivell?

#Lleidaconnecta



Píndola digital

Diferència entre els sistemes d'identificació digital



Escaneja aquest codi QR amb la càmera del teu telèfon mòbil i accedeix a un vídeo on aprendràs quins són els diferents sistemes d'identificació digital i com utilitzar-los tant en la teva vida diària i com també en tràmits específics que milloren la teva ocupabilitat.



Escaneja aquest codi QR amb la càmera del teu telèfon mòbil i accedeix a un vídeo on aprendràs quins són els diferents sistemes d'identificació digital i com utilitzar-los tant en la teva vida diària i com també en tràmits específics que milloren la teva ocupabilitat.

Descobreix al nostre canal de **YouTube IMO** Lleida vídeos amb píndoles formatives com aquesta per ampliar el teu coneixement digital.

#Lleidaconnecta

4.3. Plan de actuación e implementación.

Se define una hoja de ruta partiendo de acciones pequeñas e identificando las iteraciones sucesivas necesarias hasta acometer la implementación completa del servicio.

4.3. Plan de actuación e implementación

Propuesta de implementación nivel 1

- **Publicar estados de Whatsapp.** Utilizar las cuentas de whatsapp del IMO (IMO central, Dispositivo de La Mariola, Dispositivo Centro Histórico y Dispositivo Noguerola) para lanzar estos vídeos cortos que comenzarán a dar a conocer el servicio entre las personas que ya son usuarias del servicio.
- **Distribución de cartelería en la ciudad.** Identificar puntos estratégicos en la ciudad que atraigan a un gran número de personas, considerando a los potenciales usuarios. Estos puntos pueden incluir paradas de autobús, centros de salud, negocios locales, así como institutos, el SOC y el Ayuntamiento, que están relacionados con el empleo y la formación.

4.3. Plan de actuación e implementación

Propuesta de implementación nivel 2

- **Rediseñar el perfil del conector/a** presente en los Puntos de Suport Digital. Por un lado, reflexionar acerca de las competencias que necesita para convertirse en una prolongación efectiva de los servicios de detección y captación de personas potencialmente usuarias del IMO. Por otro, reformular la relación que éste perfil tiene establecida con los/as orientadores/as del IMO y facilitar su comunicación.
- **Poner en marcha el proyecto del Kit digital.** Llevar a cabo una prueba piloto inicial para evaluar la recepción por parte de la ciudadanía. Durante esta prueba, se recopilarán datos como el número de llamadas para solicitar el servicio de Perfil digital, así como las impresiones y opiniones de las personas al recibir la explicación de las diferentes partes del proyecto. Se registrarán tanto los aspectos que generen mayor como menor interés.

4.3. Plan de actuación e implementación

Propuesta de implementación nivel 3

- **Desarrollar los servicios de Cuestionario, Perfil Digital e Itinerario.** Crear ambos servicios teniendo presente la carga de trabajo de las personas que asumirán esta labor, intentando que estos nuevos procesos se integren lo mejor posible en las jornadas laborales del personal. Testar con las personas usuarias la efectividad de las tareas propuestas en el cuestionario, la visualización de la información del perfil digital y la comprensión del itinerario.
- **Crear el canal de YouTube/Tik tok.** Valorar qué contenido del ya existente (contenido teórico de cursos, “tips”, herramientas) podría llevarse fácilmente al formato vídeo. Alimentar el canal y comenzar a mostrarlo haciendo uso de él en las formaciones, y recomendándolo en la entrega del Kit Digital (vídeo formativo sobre la creación de correo electrónico).

4.4. Propuesta de líneas de trabajo para el futuro

Se recogen otras propuestas surgidas a lo largo del proceso de trabajo que podrían desarrollarse en el futuro.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Grupos de digitalización entre iguales

Promover el encuentro entre personas de edades o profesiones comunes, facilitando el intercambio de conocimientos digitales, fomentando la motivación y la formación. Destacar y difundir estos encuentros, poniéndolos en valor y visibilizándolos.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Revisión de los Puntos de soporte digital

Potenciar y poner en valor estos espacios, ya que son una de las principales puertas de entrada al IMO. Para lograrlo, se buscará hacerlos más visibles, accesibles, atractivos y funcionales, seleccionando un mobiliario amable y acogedor y ubicándolos en espacios abiertos, luminosos y de fácil visualización.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Recepción

Establecer un protocolo de recepción de primera atención para las personas que llegan recomendadas, garantizando que se aprovechen al máximo estas “primeras veces”. Se brindará atención personalizada a estas personas y se les ofrecerá una presentación de los servicios e información relevante que sea de su interés.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Seguir conectados

Establecer un programa de seguimiento y mantener el contacto con antiguos alumnos o usuarios de los servicios, con el fin de evaluar su empleabilidad y situación personal. Invitarles a seguir formando parte del IMO a través de programas de mentorización, voluntariado o espacios dedicados donde puedan compartir su experiencia.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Referentes digitales

Establecer una colaboración activa con personas relacionadas con el IMO, como exalumnos, tutores/as, voluntarios/as o miembros del colectivo, para que estén disponibles y brinden apoyo a las personas usuarias del servicio. El objetivo es resolver dudas, generar confianza y brindar seguridad a aquellos que buscan asistencia en su proceso de digitalización.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Sistemas formativos híbridos

Hacer accesible la información principal del curso o formación mediante plataformas de gestión de recursos online. Esto facilitaría a muchas personas no “descolgarse” de las formaciones, reduciendo el abandono de las mismas por incompatibilidad con el trabajo u otras situaciones familiares que dificulten la continuidad presencial de forma puntual.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Bases de datos de casos de éxito

Crear una base de datos de todas las personas usuarias que utilicen los diferentes servicios del IMO enfocados a la digitalización. Registrar esta información permitiría tener un control exhaustivo y poder mostrar casos de éxito a aquellas personas que se inician en la digitalización, actuando como una palanca motivacional al proporcionarles referentes digitales. Además, esta base de datos sería útil en las campañas de visibilización, para destacar y promover los resultados alcanzados.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Gamificar la digitalización

Mejorar la experiencia de los procesos de digitalización mediante la introducción de técnicas, metodologías y herramientas dinámicas que faciliten el proceso, lo hagan divertido y marquen la diferencia con otros sistemas y programas formativos, creando así una experiencia más amable para los usuarios.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Formación digital 0.0

Incorporar en todos los cursos, talleres y formaciones una base de conocimientos digitales básicos al inicio de los mismos. Con esto se busca asegurar la adquisición de unos conocimientos mínimos generales desde los cuales los participantes puedan avanzar en la formación con mayor seguridad y confianza.

4.4. Propuesta líneas de trabajo futuras

Digitalización para la vida diaria

Brindar formación e información orientada a una digitalización útil en situaciones prácticas de la vida diaria (por ejemplo, obtener entradas para la piscina o solicitar citas médicas). Promover el conocimiento digital a través de contextos de aplicación real que ayuden a las personas a iniciar su camino en el mundo de la digitalización desde su propia convicción y motivación.

Fractal
Strategy

Fractal Strategy SL
c/ Baltasar Gracián 6, entlo. D
50005 Zaragoza
www.somosfractal.com