

LINKEDIN COMO HERRAMIENTA DE PROYECCIÓN PROFESIONAL EN ESTUDIANTES DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN PRIMARIA

Rodríguez Stupiñan, Andreina Hiyalay

Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICYT)

Ciudad de Panamá, Panamá

andreina.rodriguez@unicyt.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4416-2798>

Lucente Briceño, Rosina Paola

Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICYT)

Ciudad de Panamá, Panamá

Rosina.lucente@unicyt.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5041-723X>

RESUMEN

En un mundo laboral donde la presencia en línea es crucial, es importante explorar si una red social puede ser utilizada por futuros docentes como estrategia efectiva para construir una marca personal y fortalecer su proyección profesional. Por ello, el objetivo de la investigación fue analizar el uso de LinkedIn como herramienta para la construcción de un portafolio de publicaciones y un perfil personal que permita la proyección profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Educación con énfasis en primaria de la UNICYT. Se realizó una revisión bibliográfica respecto a las principales funcionalidades de la red social LinkedIn, la construcción de portafolios y las mejores prácticas para optimizar el perfil personal. La investigación fue desarrollada desde la complementariedad metodológica, cualitativa y cuantitativa. La población estuvo conformada por la totalidad de los estudiantes de la asignatura Investigación Evaluativa del bimestre 5-2024, se empleó una encuesta diagnóstica acerca del conocimiento y uso de la red y una entrevista semiestructurada una vez desarrollado el perfil y el portafolio, a fin de valorar la comprensión integral de la efectividad de LinkedIn en este contexto. Los resultados muestran poco conocimiento y uso de la red, se evidencia, una vez desarrollado el perfil y el portafolio, un manejo más efectivo de las bondades de la herramienta teniendo impactos positivos como la optimización de hojas de vida, la construcción de una red de contactos y propuestas de índole laboral. Este estudio busca la replicabilidad y profundización en contextos similares, por ser LinkedIn una herramienta eficaz para el reconocimiento profesional y empleabilidad del futuro egresado.

Palabras clave: Estudiantes, LinkedIn, Perfil Personal, Portafolio de Publicaciones, Proyección Profesional

ABSTRACT

In a working world where online presence is crucial, it is important to explore whether a social network can be used by future teachers as an effective strategy to build a personal brand and strengthen their professional projection. Therefore, the objective of the research was to analyze the use of LinkedIn as a tool for the construction of a portfolio of publications and a personal



profile that allows the professional projection of the students of the Bachelor of Education with emphasis on primary education at UNICYT. A bibliographic review was carried out regarding the main functionalities of the network, the construction of portfolios and the best practices to optimize the personal profile. The research was developed from the methodological, qualitative and quantitative complementarity. The population was made up of all the students of the Evaluative Research subject of the 5-2024 semester. A diagnostic survey was used about the knowledge and use of the network and a semi-structured interview once the profile and portfolio were developed to assess the comprehensive understanding of the effectiveness of LinkedIn in this context. The results show little knowledge of and use of the network. Once the profile and portfolio have been developed, a more effective management of the benefits of the tool is evident, having positive impacts such as the optimization of resumes, the construction of a network of contacts and job proposals. This study seeks replicability and in-depth study in similar contexts, as LinkedIn is an effective tool for professional recognition and employability of future graduates.

Keywords: Students, LinkedIn, Personal Profile, Publications Portfolio, Professional Projection

1. INTRODUCCIÓN

En un entorno laboral altamente competitivo, los estudiantes de educación buscan formas efectivas para impulsar su proyección profesional y han sido las redes sociales la vitrina para lograr este propósito. LinkedIn se ha convertido en la red social profesional por excelencia, ofreciendo una plataforma para que profesionales de todos los sectores, incluyendo estudiantes y recién graduados, se conecten, muestren sus habilidades, realicen publicaciones y encuentren oportunidades de empleo, obteniendo ese necesario impulso profesional.

El uso de LinkedIn como un portafolio profesional para la construcción de una marca personal ha ganado popularidad, sin embargo, su adopción y efectividad en el ámbito de la educación específicamente, merece una exploración más detallada. Se planteó entonces la necesidad de investigar si el uso de LinkedIn como portafolio para estudiantes de educación con énfasis en primaria de la UNICYT es una estrategia efectiva para su proyección profesional, considerando las particularidades y demandas del sector educativo.

El objetivo de la investigación fue analizar el uso de LinkedIn como herramienta para la construcción de un portafolio de publicaciones y un perfil personal que permita la proyección profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Educación con énfasis en primaria de la UNICYT, para ello se llevó a cabo una revisión bibliográfica respecto a las principales funcionalidades de la red social, la construcción de portafolios y las mejores prácticas para optimizar perfiles personales.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se estructuró en fases que permitieron dar respuesta al objeto de estudio a fin de valorar la comprensión integral de la efectividad de LinkedIn en este contexto.

2. MARCO CONCEPTUAL

En la era digital, las redes sociales han trascendido su papel como plataformas de interacción social para convertirse en poderosas herramientas que moldean la identidad profesional, Andrés (2022), en este sentido afirma que LinkedIn es la red social profesional más utilizada globalmente

y está diseñada para establecer relaciones profesionales, la búsqueda de empleo y la proyección de una marca personal entendida como *“la percepción o impresión de un individuo en función de su experiencia, competencias, logros dentro de una comunidad o mercado en general”*. Molano (2019).

McCabe (2017) explica que esta red tiene más de 350 millones de usuarios asiduos con más de 575 millones de usuarios registrados, Fisher (2016) señala que el 75% de los profesionales encargados del reclutamiento miran el perfil de LinkedIn antes de tomar una decisión de contratación. Por ello, según Infoempleo - Adecco (2014) cada vez más profesionales valoran LinkedIn como una red social eficaz para la búsqueda de empleo.

McCabe (2017) para establecer prácticas positivas hay que valorar las principales funcionalidades de la red como son: la creación de un perfil de aspecto profesional, con una foto de calidad, detalles en la experiencia laboral y la formación académica; la construcción de una red de contactos, la publicación de contenido y la interacción permanente. González (2022).

Vivero (2023) señala que para la proyección profesional en LinkedIn son necesarios tres elementos: 1. construir credibilidad para lo cual es esencial publicar contenido actual, 2. expandir las redes profesionales para lo cual es necesario hacer conexiones con profesionales del área y, 3. desarrollar un perfil en el que se destaquen logros, proyectos, experiencias laborales y habilidades desarrolladas.

Snape (2016) afirma que construir un portafolio digital en LinkedIn entendido como *“una recopilación de documentos en formato digital, pudiendo ser estos: texto, imágenes, animaciones, audios y vídeos que una persona recopila”*, se convierte en una vía para visibilizar su trabajo poniendo en evidencia su capacidad de aprender y sobre todo su dominio de plataformas de gestión de conocimientos, colaboración y social media aumentando significativamente las probabilidades de que empleadores, socios potenciales o instituciones educativas lo busquen para hacerle ofertas, de allí el impacto de la investigación.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

Se trata de una investigación no experimental, descriptiva, de campo, por cuanto la recolección de datos se realizó directamente de los sujetos investigados sin manipular o controlar variable alguna. Arias (2012).

El diseño de la investigación se considera mixto, porque combina elementos cualitativos y cuantitativos, el instrumento de recolección de datos fue una encuesta estructurada y una entrevista semiestructurada. Se realizó el análisis de resultados desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo.

El total de los participantes fue de 6 (5 mujeres y 1 hombre) estudiantes de la asignatura Investigación Evaluativa bimestre 5-2024 de la Licenciatura en Educación con énfasis en educación primaria de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICYT) ubicada en la Ciudad de Panamá, Panamá.

La investigación se organizó en tres fases

- Fase I: Conocimiento y uso de LinkedIn
Se realizó un diagnóstico acerca de los saberes teóricos, prácticos y procedimentales respecto a LinkedIn y los portafolios.

Una vez analizados los resultados, se realizó una revisión teórica respecto a las principales funcionalidades de la red, la construcción de portafolios y las mejores prácticas para optimizar el perfil personal en LinkedIn. La información derivada de esta revisión, se reflejó como marco conceptual del estudio.

- Fase II: Plan de formación y acompañamiento académico
Se estructuró y aplicó un plan de formación dirigido a población objeto de estudio acerca de la personalización del perfil de LinkedIn, hoja de vida, formación y en la creación de su portafolio digital con tres publicaciones, un mapa conceptual, un carrusel de imágenes y un artículo.
- Fase III: Percepciones y Experiencias de los Participantes
Se realizó una entrevista semiestructurada a los participantes con el establecimiento de categorías a priori para analizar la experiencia.
Se realizó el análisis de resultados, se revisaron los perfiles de LinkedIn a fin de desarrollar las ideas conclusivas y recomendaciones del estudio.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis cuantitativo

En la Tabla 1 puede observarse el análisis estadístico derivado de la aplicación de la encuesta diagnóstica.

Categoría del ítem	Análisis de respuesta	%
1. Tiene cuenta en LinkedIn	La mayoría sí	66.7%
2. Frecuencia de uso de la cuenta	La mayoría no la utiliza con regularidad	75%
3. Objetivo del uso de LinkedIn	Es más utilizado para la búsqueda de empleo	75%
4. Descripción del perfil	El más común es "Buscando nuevas oportunidades laborales"	75%
5. Frecuencia de actualización del perfil	La mayoría no personaliza el perfil regularmente	75%
6. Conocimiento sobre las funciones que ofrece LinkedIn para la proyección profesional	La mayoría tiene un bajo conocimiento	75%
7. Búsqueda de oportunidades laborales a través de LinkedIn	Sí, pero pocos han recibido contactos de empleadores	75%
8. Contactos profesionales	La mayoría no ha buscado hacer una red de contactos	75%
9. Publicación de contenido	La mayoría tiene un bajo conocimiento y no han hecho publicaciones	75%
10. Tener un perfil en LinkedIn puede ayudar en la proyección profesional	La totalidad considera que es útil	100%
11. Funcionalidades de LinkedIn consideradas más útiles para la proyección profesional	Búsqueda de empleo (1) y compartir publicaciones (2)	100% (1) 50% (2)
12. Desafíos a enfrentar al crear o mantener una cuenta de LinkedIn	La mayoría indica que falta de conocimiento sobre las funciones	66.7%
13. Conoce qué es un portafolio digital	La mayoría sí	66.7%
14. Elaboración de portafolio digital	La mitad de la población ha elaborado un portafolio	50%
15. Tipo de contenido incluido en el portafolio	Proyectos y trabajos realizados	50%

16. Tener un portafolio digital en una red social como LinkedIn puede ayudar destacar entre otros profesionales/estudiantes	La totalidad de los encuestados considera que puede ayudar a destacarse	100%
17. Disposición a crear un portafolio público y un perfil en LinkedIn	La totalidad de la población está dispuesto a personalizar un perfil y crear un portafolio en LinkedIn	100%

Fuente: elaboración propia (2024)

Los resultados de la encuesta sugieren que, si bien tener un perfil en LinkedIn se percibe como útil e importante para su proyección profesional, muchos enfrentan desafíos relacionados con el conocimiento de las funciones de la red y la constancia en su uso. Además, se observa que la mayoría de los encuestados sabe qué es un portafolio digital, mostrando interés en su uso, pero también enfrenta obstáculos similares, como la falta de conocimiento sobre las herramientas disponibles. Finalmente, la totalidad de la población está dispuesto a crea un portafolio digital y personalizar su perfil en la red social.

Análisis cualitativo

En la Tabla 2 se presentan las categorías de análisis derivadas de la aplicación de la entrevista semiestructurada.

Categorías	
1. Uso de LinkedIn en la proyección de la imagen Profesional	Aumento de visitas
	Resalta cualidades y publicaciones
	Proyección académica y profesional en el mundo de la educación
2. Efectividad de LinkedIn en la Búsqueda de Empleo	Propuesta de empleo recibida
	Facilita la búsqueda de empleo
	Medio para entrevista laboral
	Postulaciones a diversos cargos
3. Ventajas del Perfil Desarrollado en LinkedIn	Medio para aplicar a las vacantes bajo parámetros personalizados
	Visibilidad orgánica por profesionales y empleadores
	Brinda profesionalismo
4. Uso de LinkedIn para Conexiones Profesionales	Construcción de red de contactos profesionales
	Red de seguidores
	Medio de la conexión con otros contactos
5. Experiencia de usuario	Ventajas y aprendizajes positivos
	Desarrollo de competencias teóricas, prácticas y procedimentales en el uso de la plataforma
	Herramienta necesaria y útil para todos los estudiante y profesionales
	Plan de formación contextualizado al plan de estudios
	Necesidad de replicabilidad de la experiencia para diferentes áreas del conocimiento

Fuente: elaboración propia (2024)

Los resultados de la entrevista reflejan una percepción mayoritariamente positiva hacia el uso de LinkedIn como herramienta clave en la proyección profesional, demostrando su relevancia y eficacia en el ámbito laboral. Existe consenso en que el uso de LinkedIn ha sido útil en la construcción de una marca profesional sólida y en la búsqueda de empleos, siendo vista como efectiva para seguir actualizando conocimientos, recibir propuestas laborales y facilitar la

conexión con oportunidades laborales. La mayoría de los participantes perciben que tener un perfil bien desarrollado les ha proporcionado ventajas significativas y les ha permitido conectar con profesionales del sector para ampliar su red de contactos.

Finalmente, existe un claro interés en seguir utilizando LinkedIn en el futuro, principalmente con el propósito de buscar empleo, publicar sus producciones y conocer más sobre la red para crecer profesionalmente.

5. CONCLUSIONES

Los resultados del estudio sugieren que LinkedIn ofrece a los estudiantes de la Licenciatura en Educación con énfasis en educación primaria una plataforma poderosa para construir un perfil profesional sólido, compartir publicaciones y establecer conexiones importantes en el ámbito educativo. Se destaca el uso de la red como portafolio pudiendo destacar sus logros académicos, proyectos y publicaciones relacionadas con el campo de la educación.

Se evidencian áreas de mejora en términos de conocimiento y uso efectivo de sus funciones, así como desafíos persistentes en la actualización de perfiles profesionales. Por lo cual, para maximizar su potencial, es fundamental que los estudiantes cuenten con la capacitación y el apoyo necesario para utilizar eficazmente esta herramienta en su desarrollo profesional, tomando como base un plan de formación que se ajuste a la naturaleza de su plan de estudios.

REFERENCIAS

Arias, F. (2012). *El Proyecto de investigación*. (sexta edición). Caracas - Venezuela: Editorial Episteme, C.A.

Andrés, (2022). *LinkedIn como herramienta de selección de personal* en el sector TIC. Tesis presentada para optar al Título de Doctor. Universidad autónoma de Madrid. Madrid, España.

Infoempleo - Adecco (2014). *III Informe 2014 Infoempleo Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo*. Disponible:

<https://iestatic.net/infoempleo/documentacion/III%20Informe%202014%20Infoempleo%20Adecco%20sobre%20Redes%20Sociales%20y%20Mercado%20de%20Trabajo.pdf>

[consulta 15 de septiembre de 2024]

McCabe, M. B. (2017). *Social media marketing strategies for career advancement: An analysis of LinkedIn*. *Journal of Business and Behavioral Sciences*, 29(1), 85 - 149.

Molano (2019). *Marca personal: qué es, cómo crearla y qué errores debes evitar*. Disponible: <https://blog.hubspot.es/sales/guia-marca-personal#que-es> [consulta 2 de septiembre de 2024]

Fisher, C. (2016). *Estudiantes que buscan trabajo: consejos para crear un perfil perfecto en LinkedIn*. Disponible:

<https://www.linkedin.com/blog/member/product/student-job-seekers-tips-to-building-the-perfect-linkedin-profile> [consulta 20 de septiembre de 2024]

González, L. (2022). *Cómo construir tu marca personal en LinkedIn*. Disponible:

<https://lorenzo-gonzalez.com/como-construir-tu-marca-personal-en-linkedin/#Como mejorar tu perfil de LinkedIn> [consulta 15 de septiembre de 2024]

Snape, E. (2016). *Portafolio digital, un recurso valioso para el aprendizaje*. Disponible: <https://www.linkedin.com/pulse/portafolio-digitalun-recurso-valioso-para-el-eduardo-snape/?originalSubdomain=es> [consulta 2 de septiembre de 2024]

Vivero, J. (2023). *Análisis y estrategias de marca personal en LinkedIn*. Disponible: <https://www.magnettu.com/learn/article/marca-personal-en-linkedin> [consulta 2 de septiembre de 2024]