

EMPLEO

TODOS EN LA RED

16%

ha crecido el uso de las comunidades

profesionales en internet debido a la crisis, según Nielsen Online

Si estoy, existo

Algunas empresas ya consideran básico que los candidatos tengan su perfil en una comunidad de internet, sobre todo si es una persona menor de 35 años. En caso contrario, piensan que el candidato está poco interesado en progresar profesionalmente

LA WEB 2.0 LLEGA AL MERCADO LABORAL

Redes para pescar una oportunidad

Empresas y candidatos aprovechan el potencial de las comunidades online para ofrecer y buscar empleo

Nuria Peláez

Quien tiene un amigo tiene un tesoro. Y quien tiene un buen grupo de contactos cibernéticos puede tener, además, una vía de progreso profesional. Y es que las redes sociales de internet se han convertido en una herramienta más para buscar un nuevo empleo, descubrir al candidato más adecuado para un determinado puesto, pedir recomendaciones o, simplemente, establecer contacto con una persona que puede abrirnos alguna puerta profesional en el futuro.

Un 50% de los internautas españoles de 16 a 45 años está registrado en alguna red social, según datos de Zed Digital. Las más populares son Facebook y Tuenti, ambas más pensadas para compartir fotos con los amigos que para fines laborales. Y, sin embargo, el 8,5% de los usuarios utiliza las redes sociales para buscar empleo. En Facebook, por ejemplo, existen grupos donde los propios usuarios intercambian ofertas y demandas laborales. La facilidad para contactar con antiguos compañeros de estudios o trabajo en una red con más de 140 millones de usuarios en todo el mundo supone otra vía para buscar nuevos horizontes profesionales.

Existen además diversas redes creadas específicamente para fomentar las relaciones profesionales. Entre las más populares figura Xing, que tiene ya en torno a un millón de usuarios en España, y Linked In, una red americana dirigida especialmente a directivos con más de 25 millones de usuarios en todo el mundo que recientemente inauguró su versión en castellano. En Estados Unidos otra de las redes más prestigiosas es la elitista Doostang, creada en el 2005 por un MBA de Stanford y un ingeniero del MIT, donde ofertan sus vacantes empresas como Google, JPMorgan o

Wall Street. Existen también multitud de redes sectoriales como ITtoolbox, para profesionales de las tecnologías; Legal OnRamp y LawLink, para abogados; Reel-Exchange, para profesionales del vídeo y el cine, o la española Bits PR, para profesionales de la comunicación y el marketing.

Dado que se trata de uno de los fenómenos más recientes de internet, el uso de este tipo de redes está aún en plena expansión. Y la crisis ha contribuido a ello: según un estudio de Nielsen Online, la coyuntura económica actual y la incertidumbre en el puesto de trabajo han disparado en un 16% la utilización de comunidades sociales y redes profesionales en internet para establecer contactos con otros colegas del sector, comprobar cómo está el mercado o, sencillamente, "dejarse ver".

El perfil del usuario que utiliza estas redes con fines profesionales corresponde a hombres y mujeres de entre 25 y 34 años de edad, trabajadores en activo o inmersos en procesos de selección, que poseen una formación de grado superior y un nivel adquisitivo medio-alto. "Antes la gente sólo se inscribía en estas redes cuando quería buscar un trabajo



Las redes sociales se han convertido en un instrumento para buscar empleo GETTY

—explica Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa—. Ahora hay un uso más maduro: la gente crea su perfil y lo mantiene activo para el momento en que pueda necesitarlo".

Estas redes se han convertido

también en una herramienta para los departamentos de recursos humanos y las consultoras de selección. "Las redes sociales siempre han existido, lo que han cambiado son los soportes técnicos que se utilizan para ello —subraya

Jordi Vilà, socio director de Human Management Systems— Pero siempre debemos velar por la veracidad de los datos aportados, y esto solamente podrá contrastarse mediante información de la máxima confianza y una entrevista".

Por eso, las empresas utilizan estas redes sólo como una herramienta más que siempre debe complementarse con un contacto personal. "Si por ejemplo nos encargan la búsqueda de un director comercial para Amazon, utilizamos redes como Linked In para comprobar quiénes son los directores comerciales en webs

Además de Facebook o Tuenti, existen redes de uso sólo profesional y algunas se centran en un único sector

Las empresas pueden usar estas webs para buscar candidatos entre la plantilla de la competencia

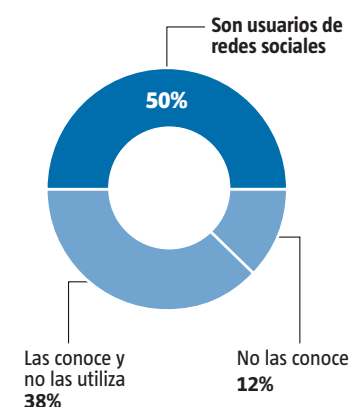
de la competencia como Yahoo o Ebay, y después contactamos con ellos para comprobar su perfil y si esa persona puede estar interesada en dejar su actual puesto para incorporarse al proyecto —explica Cristina Chaplin, directora de comunicación de la firma de cazatalentos Bao&Partners—. Pero el contacto suele ser fuera de la red, por ejemplo a través de un amigo común, porque si no resultaría muy impersonal".

Elsa Izquierdo, directora de Hays Executive, destaca que "la persona que tiene su currículum publicado en una red de internet suele tener toda su información actualizada, mientras que un currículum en papel puede estar obsoleto". Izquierdo asegura que las redes sociales permiten buscar candidatos de todos los niveles, aunque con un matiz: "Para puestos de máxima responsabilidad es más complicado, porque un director de una empresa del Ibex difícilmente tendrá su perfil en una red pública".

En cualquier caso, estar presente en internet ha pasado a convertirse en un requisito prácticamente imprescindible para cualquier candidato, al menos entre los jóvenes. "Para nosotros es fundamental que la gente utilice este tipo de redes —advierte Chaplin, de Bao&Partners—. Los perfiles de entre 45 y 50 años no suelen estar presentes en estas redes por una cuestión generacional, pero si se trata de un candidato más júnior, de entre 28 y 35 años, y no tiene un perfil en estas redes nos extrañamos: ¿Por qué no quiere promocionarse?".

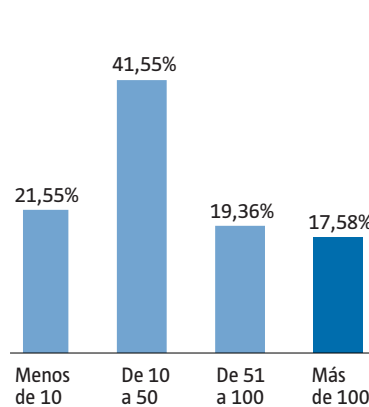
El boom del 'networking'

Una herramienta cada vez más conocida



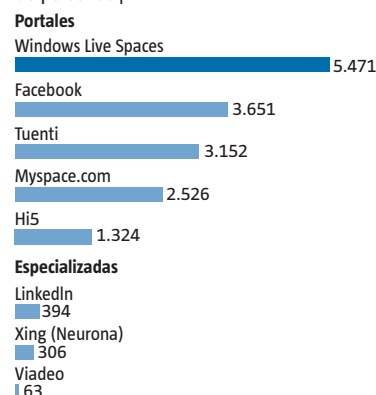
Fuente: Nielsen Online y Zed Digital

¿Cuántos contactos tiene en su red social?



Las redes sociales más populares

| Audiencia única en septiembre, en miles de personas |



LA VANGUARDIA