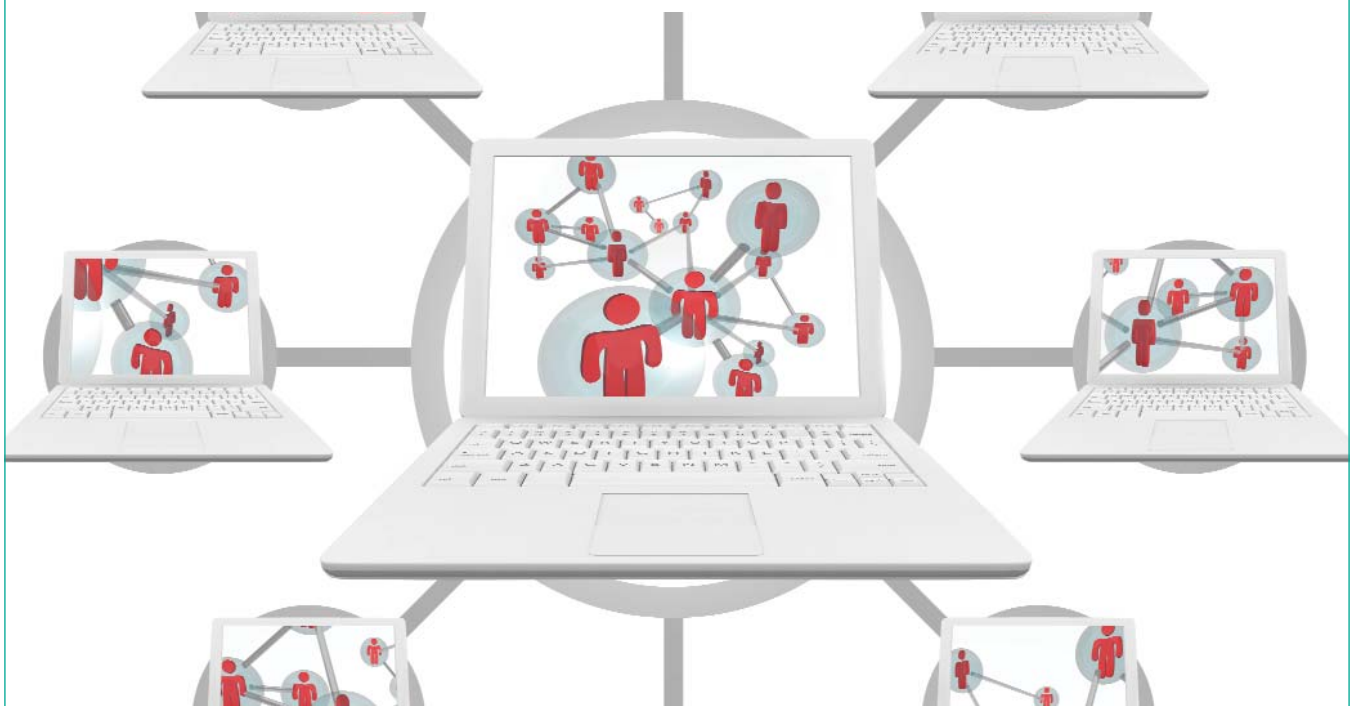


Redes sociales: una nueva herramienta para cubrir vacantes

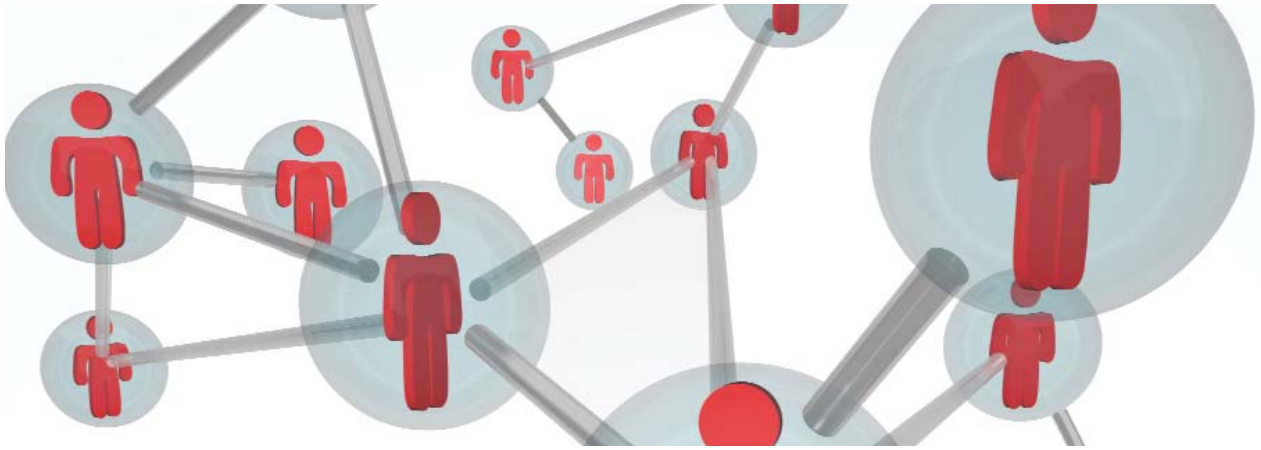


Con la presencia de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana, es raro encontrar a alguien que no forme parte de algún tipo de red social en Internet. El crecimiento de estas redes facilita no sólo las relaciones sociales, sino también las laborales, por lo que se han convertido en una nueva vía de reclutamiento al alcance de todos. Aquellos que buscan empleo lo saben. Los *headhunters* también. Como empresa, sáquele partido.

Yolanda Antón

Encontrar al mejor talento en el menor tiempo posible es el objetivo más deseado en el área de recursos humanos. La aparición de los portales de empleo a comienzos de la década de los noventa supuso un salto cualitativo importante y llegó a convertirse en ocasiones en una herramienta eficaz, incrementando las probabilidades de localizar al candidato ideal y reduciendo el coste de contratación y el tiempo de búsqueda del mejor candidato para un puesto.

No obstante, es evidente que los portales de empleo tradicionales han perdido importancia en los últimos años en la medida en que han mantenido el mismo sistema rutinario con el que se iniciaron y que les ha llevado a la obsolescencia e ineficacia actual. En muchas ocasiones, el objetivo final parece ser ofrecer a las empresas unos currículos extensos, aunque no siempre casen con la posición que se ha de cubrir, dificultando la identificación de los candidatos posiblemente válidos.



La evolución de Internet hacia las redes sociales está brindando nuevas oportunidades de reclutamiento para las empresas. Hacerse presente en ferias de empleo o buscar anuncios clasificados en los periódicos está pasando a la historia. El futuro de la búsqueda de empleo en Internet estará basado en la construcción de relaciones alrededor de intereses comunes o complementarios y donde la búsqueda y la oferta de talento tendrán mucho que ver. El hecho de que un individuo se maneje en la red a través de un perfil da como resultado una mayor especialización en cuanto a sus intereses y la compatibilidad de éstos con un proyecto o empresa.

Los portales de empleo tradicionales han perdido importancia en la búsqueda de empleo

El *networking*, la búsqueda de contactos, las redes sociales y el *micro-blogging* son hoy los pilares de la nueva forma de buscar empleo y candidatos.

Para la empresa, las redes sociales se han convertido en bases de datos de candidatos potenciales. Le permiten acceder a un espectro muy amplio de profesionales de diversos países y sectores. Suelen ofrecer datos muy actualizados, aunque el grado de detalle de la información del perfil profesional varía mucho, en función de lo que el pro-

fesional decide mostrar. Son herramientas *on line*, que siempre están disponibles y que ofrecen buenos motores de búsqueda y, además, es un sistema gratuito.

No todas las redes sociales son válidas para la búsqueda de empleo

No obstante, dentro de las redes sociales debemos diferenciar las redes sociales propiamente dichas, es decir, aquellas, como Facebook o Tuenti, cuyo fin básico son las relaciones personales y la posibilidad de compartir información en comunidades virtuales (las oportunidades profesionales que surgen en esas comunidades son semejantes a las que tradicionalmente han existido en círculos de amigos), de las redes profesionales, que se restringen a un entorno profesional y de negocios. A diferencia de las redes sociales más populares, estos sitios pueden ser útiles para encontrar personal de alta categoría, ejecutivos, gente con responsabilidad o que toma decisiones, si bien no nacieron con este fin y, de hecho, la mayoría de ellas han separado claramente en sus portales la sección de empleo de su esencia principal: ser una comunidad en la que profesionales de diversos sectores y nacionalidades establecen relaciones profesionales de distinta naturaleza.

Linked In es la red profesional más grande, con 25 millones de usuarios. Xing, que recientemente

adquirió las plataformas profesionales más importantes del mercado hispanohablante, tiene una fuerte presencia en Alemania (su país de origen), España y China, con más de seis millones de usuarios. Viadeo cuenta con más de 2,4 millones de usuarios en Europa, de los que cerca de 350.000 están en España y 2,5 millones en China.

Cada vez será mayor el contacto directo empleador/candidato

La búsqueda de empleo ya es una especie de ecosistema en el que conviven personas que quieren ser vistas y tratadas como tal, no desean seguir siendo un dato o una estadística y ahora persiguen relacionarse; es por eso por lo que los nuevos objetivos y las nuevas estrategias de búsqueda y selección que pretendan tener éxito deberán estar enfocadas bajo el parámetro de la creación de vínculos que puedan derivar luego en relaciones.

Las empresas empiezan a desprenderse de su papel protagonista y su hermetismo y comienzan a participar y colaborar en el proceso de selección de una forma mucho más abierta y personal. Cada vez será mayor contacto directo empleador/candidato, con actitudes mucho más proactivas que ahora en ambos perfiles. Esas actitudes y el refinamiento de las herramientas de contacto serán la clave de una nueva situación ::