

Tema del día Páginas 2 y 3
El mercado laboral

NUEVAS TENDENCIAS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

El empleo se va a las redes

El 49% de las empresas ya contratan en LinkedIn, o Facebook, según una encuesta de Infoempleo

Los 'candidatos 2.0' tienen más opciones de ser fichados y el 45% logra trabajo o una entrevista

A. FUENTES / R. LÓPEZ
eparagon@elperiodico.com
BARCELONA / ZARAGOZA

La escasez de ofertas de trabajo ha obligado a los parados a agudizar el ingenio y a utilizar nuevos métodos para rastrear las vacantes en las empresas. Ya no es suficiente con los sistemas tradicionales como el recurso al círculo familiar y de amistades, la búsqueda en portales de internet o los anuncios en la prensa. Hay que bucear en las redes sociales porque se están convirtiendo con mucha rapidez en una de las principales vías de encuentro entre las empresas y los candidatos a trabajar en ellas, hasta el punto de que el 49% de las compañías aseguran que ya han contratado a algún empleado seleccionado a través de Facebook, LinkedIn o Twitter, principalmente.

La eclosión de las redes sociales como canal de intermediación laboral se ha producido en plena crisis puesto que el grueso de las empresas han entrado en ellas en los últimos tres años, según una encuesta de Infoempleo y Adecco. Aunque acaban de llegar, las redes sociales se han convertido ya en el quinto medio para la búsqueda de trabajo por detrás de los portales de empleo de internet, los contactos, las empresas de selección y la prensa. El 48% de los entrevistados en el estudio afirman que buscan trabajo en alguna red social de forma esporádica o regular y, de ellos, el 45% han sido contratados o han hecho entrevistas porque las empresas dan un plus a los aspirantes 2.0 respecto de los convencionales.

AMPLIO ESPECTRO // Las empresas se han convertido incluso en creyentes más fervorosas del nuevo reclutamiento puesto que la mayoría de los responsables de recursos humanos utilizan las redes de forma intensiva como vía gratuita para llegar a un volumen muy alto de candidatos, tanto parados como otros que no buscan trabajo.

«Los portales de empleo de internet y las fuentes tradicionales como el boca a boca siguen siendo las formas más importantes



Fuente: Infoempleo

CRISTINA CLAVEROL

de buscar empleo, pero las redes sociales tienen muchas posibilidades debido a que son muy virales y permiten agilizar los procesos de selección y hacer llegar los currículos más rápido y a más gente», asegura Encarna Marañón, directora de selección y calidad de Adecco. La principal discrepancia con los trabajadores es que estos dan más importancia a

Las compañías pueden llegar a un mayor número de trabajadores de forma gratuita.

Facebook para buscar empleo mientras que las empresas preferían LinkedIn.

La estrategia de selección de personal 2.0 ha seducido a grandes empresas y también al Instituto Aragonés de Empleo (Inaem). De hecho, el organismo público está presente en Facebook y tiene una cuenta en Twitter (@Inaempleo) que siguen cer-

ca de 4.000 personas. Infojobs tiene 65.000 seguidores en Facebook y 40.600 en Twitter.

«Las empresas se han dado cuenta de que las redes sociales tienen un potencial enorme. Tanto en el aspecto comercial, como a la hora de captar a nuevos trabajadores», subraya Paul Boutroux, que ha impartido varios cursos sobre la búsqueda de empleo a través de este tipo de plataformas en el edificio de la Azucarera de Zaragoza Activa. Este francés afincado en la capital aragonesa desde hace siete años asegura que al utilizar las redes sociales en los procesos de reclutamiento las compañías «reducen costes y llegan a muchos más candidatos». «Además, de esta forma tienen una visión mucho más global del trabajador porque pueden conocer sus gustos, sus aficiones o incluso sus grupos de amigos», explica Boutroux.

Así, no es de extrañar que muchas grandes empresas se hayan volcado con las redes. La automovilística Seat, por ejemplo, dispone de una cuenta en

El 51% de los ciudadanos usa las nuevas tecnologías para buscar trabajo

» Las redes sociales se han convertido en una herramienta muy útil a la hora de buscar empleo. Según un estudio de la red Viadeo, el 51% de los ciudadanos se vale de la web 2.0 para encontrar trabajo en España, el 31% cuenta con un perfil en alguna red profesional y el 10% ha logrado trabajo mediante sus contactos en la red. Por otra parte, otro informe señala que una de cada seis personas en EEUU ha sido contratada tras buscar empleo en redes sociales como LinkedIn, Facebook o Twitter. Actualmente, los puestos más demandados son perfiles medios y altos con una alta cualificación, aunque ya empiezan a aparecer ofertas más básicas.

Twitter (@SeatJobs) seguida por 2.275 personas que reciben información diaria de los puestos disponibles a los que se pueden inscribir. «El modelo de reclutamiento de Seat está basado en la selección 2.0. Utilizamos redes sociales y profesionales como LinkedIn, Facebook, Wordpress o Twitter para maximizar la difusión de nuestras ofertas, llegar a nichos de candidatos con perfiles específicos y compartir información y opiniones sobre nuestros procesos de selección», explican fuentes de la marca de coches. «Los candidatos están en la red y tenemos que ir a buscarlos allí», añaden.

NUEVOS CONTACTOS // Además de para las empresas, Boutroux señala que plataformas como Twitter o LinkedIn representan una gran ventaja para los trabajadores, ya que con ellas pueden acceder a muchas más ofertas y procesos de selección. «Son pocos los puestos que acaban publicándose porque gran parte de las empresas eligen a sus candidatos entre sus redes de

PYMES QUE USAN ALGUNA RED SOCIAL



Redes sociales más populares entre las pymes aragonesas:

- Facebook, con un porcentaje de uso del **30%** (siendo actualizada a diario por el **40%** de empresas que la usan)
- Twitter, con una implantación del **24%** (actualizada a diario por un **38%** de las empresas usuarias)
- Youtube, con un uso del **20%** (actualizada mensualmente por el **30%** de PYMEs que la utilizan)

la búsqueda

CONSEJOS PRÁCTICOS

Los expertos recomiendan seguir el perfil de las empresas que más interesan para mostrar interés y conocer las ofertas que puedan surgir.

Hay que tener el perfil actualizado y evitar datos incorrectos.

Una buena opción es observar perfiles activos y seguir su estrategia.

Es fundamental participar en las redes y seguir grupos de información relacionados con su sector. Lanzar artículos que puedan interesar a otros y opinar sobre la actualidad permite ampliar la red de contactos.

También se recomienda cuidar la imagen que se transmite a través de las redes y dejar constancia de que se busca empleo.

Si el trabajador no tiene conocimientos tecnológicos, los expertos aconsejan inscribirse en algún curso. En la capital aragonesa, Zaragoza Activa suele impartir ciclos temáticos.

contactos profesionales», explica Boutroux, que apunta que las redes sociales permiten conocer a un gran número de profesionales de diferentes sectores. «Funcionan más de lo que la gente piensa. A mí, por ejemplo, me salieron más cursos cuando incluí los ciclos que había realizado», destaca el francés.

Una vez dentro de las redes, la reputación es fundamental, aunque hay alrededor de un tercio de los empleados que admiten que no les preocupa su imagen pública. Infojobs recomienda a los candidatos que se busquen en Google y piensen si les gusta lo que han encontrado: «Tal vez haya comentarios o fotografías que fueron muy divertidos en su día. Si estás en búsqueda activa de empleo, piensa si a los ojos de un reclutador podrían perjudicarte». El rastreo de los aspirantes es algo habitual en un 80% de las empresas, aunque solo un 14% de ellas vetaron a un candidato por algo que vieron en sus perfiles. ≡

casos de éxito

MARTA BECERRA

«Ya he encontrado dos trabajos, uno en México»

«Necesitamos un redactor o redactora apasionados por todo lo que rodea al mundo de la decoración del hogar para artículos que se publicarán en el mercado mexicano. Solicitamos en las ofertas precio por 10 artículos mensuales. Es una oferta de trabajo, aunque muy poco convencional. Apareció en el nuevo portal ProjectLinkr, especializado en autónomos y profesionales, y dio pie a una puja entre los candidatos que se inscribieron.

La ganadora fue Marta Becerra, una madrileña de 40 años

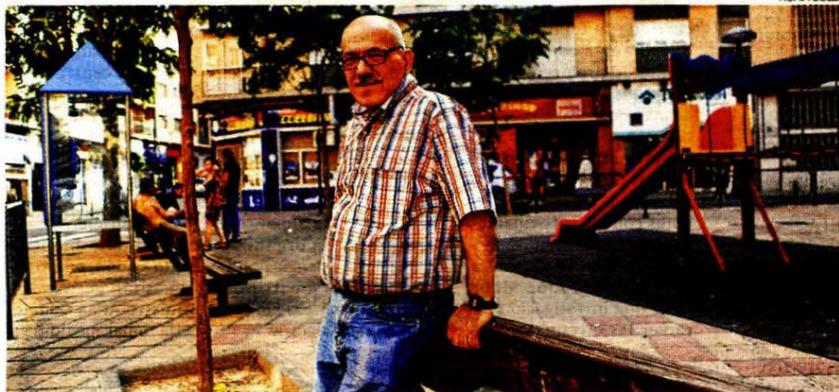
que se confiesa como una trabajadora 2.0 completamente integrada en las redes sociales. «En el nuevo foro para profesionales he conseguido ya dos trabajos, uno en Barcelona y otro en México, que hubiera sido muy difícil buscar con los sistemas más convencionales», explica Marta.

Está contenta de su experiencia porque le permite trabajar desde casa y dedicar tiempo a su familia y, muy importante hoy en día, cobrar con puntualidad a través de Pay Pal.

Ella es una de las 75.000 perso-



nas inscritas en ProjectLinkr, un foro que nació en septiembre del 2011 y que acaba de dar el salto a Latinoamérica. Allí esperan conseguir unos 210.000 candidatos que permitirían cerrar el 2012 con unos 700.000 profesionales que competirán entre ellos por un trabajo. ≡



LUIS PALOMAR

«Como llamas a tantas puertas al final contestan»

El zaragozano Luis Palomar llevaba casi dos años en paro cuando empezó a posicionarse en las redes sociales con el claro objetivo de encontrar un empleo. Este licenciado en Empresariales de 54 años sabía que su edad podía ser un hándicap a la hora de reincorporarse al mercado laboral y que tendría que utilizar todas las vías posibles si quería conseguirlo. «Me comentaron que estas plataformas eran muy útiles si se utilizaban bien, así que decidí apuntarme a un curso en Zaragoza Activa, donde ya había realizado otros ciclos de empleo», explica Palomar. En ese momento las cosas empezaron a cambiar. «Me di cuenta de que

me llamaban de más empresas y que yo me enteraba de más procesos de selección», subraya.

Con todo, indica que el mayor «salto de calidad» lo dio gracias al videocurrículum que grabó en el edificio de la Azucarrera. «Si tengo ahora un trabajo -reconoce Palomar- es gracias a eso porque me diferencié del resto». Algo sencillo teniendo en cuenta que el zaragozano, que se ha dedicado casi toda su vida al comercio exterior, domina cinco idiomas (inglés, francés, alemán, italiano y ruso).

Tras grabar el videocurrículum, Palomar empezó a posicionarse con fuerza en las redes y a sacarles todo el jugo. «Te permi-

ten relacionarte con excompañeros de tu sector y conocer a profesionales de otras empresas que te pueden echar una mano», comenta el zaragozano, que recomienda interactuar lo máximo posible: «Tienen que ver que eres activo y que tienes interés».

En el fondo, según subraya Palomar, se trata de tocar «todas las teclas» y aprovechar las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías. «Es estadística: si solo miras en Infojobs será más difícil. Lo bueno de las redes es que te permiten conocer muchas ofertas y llamas a tantas puertas que al final en una contestan», comenta.

Palomar sigue buscando empleo porque su actual trabajo es de media jornada y tiene muy claro que este es el camino a seguir. «Solo con estar en LinkedIn ya se nota, así que es evidente que esto funciona», concluye. ≡

IMPLANTACIÓN

Las empresas se vuelcan en las redes para promocionar sus productos

R. L. M. ZARAGOZA

Cada vez más pymes se dan cuenta de que plataformas como facebook, twitter o foursquare pueden aportar un beneficio enorme a sus modelos de negocio e intentan exprimirlos al máximo. Según un estudio de la Fundación Banesto, el 34% de las pymes aragonesas ya está presente en las redes sociales y el informe de una conocida consultora internacional asegura que los programas relacionados con los nuevos canales de comunicación en las empresas generarán en el 2014 un negocio de 1.500 millones de euros.

«Pasará lo mismo que cuando llegó internet: al principio las pymes estaban algo recelosas pero al final todas se han dado cuenta de que hay que estar ahí», subrayan desde la Asociación Social Media Marketing Aragón (Asommar). En este sentido, indican que muchas firmas de la comunidad

El 34% de las pymes aragonesas está presente en alguna plataforma

ya han empezado a tomar posiciones en las redes sociales con la vista puesta en tres objetivos prioritarios: promocionar sus productos, mejorar las vías de difusión con los clientes y tener un mayor conocimiento del mercado en el que operan.

Y es que los nuevos canales han abierto todo un mundo de posibilidades. Nunca había sido tan fácil dirigirse a un público tan específico, testear los nuevos productos a través de los foros de debate con los consumidores o conocer sus gustos y sus críticas. Una serie de ventajas que también han permitido mejorar el posicionamiento en los principales buscadores.

No obstante, todos los profesionales del sector insisten en dejar una cosa clara: si la idea de negocio no es buena en el mundo 1.0 (el real), tampoco lo será en el 2.0. ≡