ENTREVISTA a Amparo Díaz-Llairó, autora del libro 'El talento está en la red'

# "El candidato que no está en las redes sociales es invisible"



Amparo Díaz-Llairó acaba de publicar un libro donde analiza la influencia de las redes sociales en los procesos de selección

onsiderada una de las 10 mejores profesionales de Recursos Huma-nos en España según Top Ten Business Ex-perts, Amparo Díaz-Llairó tiene 18 años de experiencia como directora de RRHH en diversas compañías y entidades financieras. Ha impartido cursos y con-ferencias internacionales en varios países de Europa, Estados rios países de Europa, Estados Unidos y Oriente Medio, y este año ha formado a responsables de RRHH de más de 250 empre-sas. Acaba de publicar el libro "El talento está en la red" (Lid Editorial), donde analiza la in-fluencia de las redes sociales en los procesos de selección y enseña a candidatos y empresas a sacar el máximo provecho a las nuevas herramientas 2.0.

# Todo el mundo conoce Facebook pero, ¿de qué hablamos cuando nos referimos a redes sociales?

Podemos clasificar las redes so-ciales en profesionales, verticales y generalistas. En las profe-

sionales, como Xing, LinkedIn o Viadeo, se conectan usuarios con similares intereses laborales y formación profesional, por lo que si se mantiene un perfil activo hay una alta probabilidad de encontrar empleo: muchas empresas buscan a sus futuros colaboradores a través de este nuevo medio de reclutamiento. Las redes sociales verticales, por su parte, se caracterizan porque buscan una es-pecialización: están empezando a aparecer redes muy diversas sobre apasionados del motor, infor-mática, marketing, cocina, etc. Facebook, por su parte, es una red generalista y no nació con el fin de ser una red para buscar empleo, pero cada vez se usa más para atraer v reclutar talento.

Muchos profesionales de RRHH utilizan Facebook para realizar campañas de atracción de talencampanas de atracción de taien-to, interactuando con candidatos potenciales a la compañía, y para crearse su marca de empleador o *employer branding*. También lo usan para obtener información de carácter personal del candida-

# La experiencia de las empresas

En Estados Unidos el 80% de la estrategia de reclutamiento se basa en herramientas 2.0. "En España aún estamos por debajo del 10%, pero la situación está cambiando", asegura Amparo Díaz-Llairó. En *El talento está en la red* se récogen las experiencias de algunas empresas que ya apuestan por las redes sociales.

# ACCENTURE

La consultora selecciona actualmente el 25% de su talento a través de las redes sociales y pretende incrementar este porcentaje hasta el 40% en los dos próximos años.

Además de tener presencia en diversas redes sociales, la com-pañía tiene un blog (Canal Empleo) destinado a los potencia-les empleados, donde da conseios para encontrar trabajo.

Uno de los bancos con más presencia en las redes sociales, especialmente para interactuar con los clientes. Planea crear una comunidad de expertos internos para atraer talento.

La entidad financiera tiene dentro de su página en Facebook un foro de selección y reclutamiento que utiliza como herramienta de soporte cuando cuenta con vacantes activas.

Sus reclutadores usan Twitter para difundir sus ofertas, y algu-nos de sus directivos fueron fichados a través de LinkedIn.

Tiene un grupo en LinkedIn, formado sobre todo por ingenieros, donde difunde sus oportuni-dades profesionales e interactúa con los candidatos. La firma usó esta herramienta para en-contrar en Holanda expertos en flotas internacionales

no preguntarían.

# Alemania ha prohibido que se use información de Facebook para descar-tar candidatos. ¿Está en riesgo la intimidad de los trabajadores?

Si un candidato publica en su per-fil de Facebook cierta información de forma transparente para todos aquellos usuarios de la Red, está expuesto a que las em-presas puedan revisar su perfil. Hay que ser extremadamente prudente con la información personal y profesional que se exhibe en las redes sociales. También es recomendable no mezclar contac tos profesionales y personales dentro de un mismo grupo, ya que se puede cruzar información inconveniente. Por ejemplo, Facebook permiten crear grupos con diferentes niveles de privacidad y acceso a los comentarios, fotografías, vídeos, etc.

## ¿Tener un perfil en las redes sociales es suficiente para buscar empleo?

El profesional debe ser proactivo y crear su perfil no cuando necesite buscar trabajo sino antes. Darse de alta en una red social es sencillo, pero hav que invertir tiempo para atraer seguidores y construir una buena reputación digital creándonos nuestra propia marca personal 2.0. Todas personas que deseen desarrollar una carrera profesional deberían probar a poner su nombre en Google para comprobar qué se es-tá diciendo de ellos y si están consiguiendo sus objetivos de marca personal 2.0. Actualmente no só-lo el currículum sino también el perfil profesional en las redes de-be ser la tarjeta de visita de un candidato que esté buscando un nuevo empleo. El que no está en las redes sociales es invisible: de hecho, algunos cazatalentos des-cartan a potenciales candidatos si no los encuentran en una red social profesional, por conside-rar que no se ha adaptado a las nuevas tecnologías.

# ¿Se han adaptado las empresas españolas a esta nueva realidad?

El reclutamiento 2.0 es más un cambio de modelo mental que un cambio tecnológico. Los profesiomales de RRHH cada vez usan más las redes sociales para bus-car perfiles de contenido técnico específico o mandos interme-dios, pero sobre todo para atraer a la generación Y. Son los profesionales que ahora tiene entre 18 y 28 años, y que en sólo 5 años representarán el 80% de la pobla-ción mundial. Según un estudio de Telefónica, el uso de las redes sociales entre los jóvenes aumentó en 2009 un 500%, lo que colo-ca a España como el segundo país de Europa por penetración con casi tres de cada cuatro inter-nautas como usuarios de las redes. Las empresas deberán reinventar sus canales tradicionales de atracción de talento para captar a esta generación.