Country: Spain
Date: 23/11/2010

Amparo Díaz-Llairó ofrece las claves para sacar el máximo partido a las redes sociales

Actualizado Martes 16/11/2010 00:08

RRHH Digital

RRHH Digital. Amparo Díaz-Llairó presentó la semana pasada **El talento está en la red** en diferentes actos: por la mañana en una rueda de prensa celebrada en el Palace y por la tarde en una presentación pública que tuvo lugar en la delegación del principado de Asturias en Madrid viéndose acompañada en ambos casos por Juanma Roca, prologuista de la obra, y por Helena López-Casares, editora de LID, sumándose en el segundo Mario Martínez Calleja, responsable de **IDEPA** en Madrid.

La obra presentada constituye un manual «que ayuda a entender qué significan las redes sociales y cómo se pueden utilizar de forma eficaz en el reclutamiento» tal y como declaró Helena López-Casares durante la rueda de prensa destacando que «las empresas que no se suban al carro de la **era 2.0** se van a quedar atrás porque los mejores van a estar en la red».

Por su parte, Juanma Roca señaló que «las redes sociales han revolucionado la forma de comunicarnos desde el punto de vista personal y profesional dejando ver a las empresas a importancia que éstas están adquiriendo». Es por ello que El talento está en la red resulta una obra de referencia en el ámbito de los recursos humanos para la atracción y la retención del talento a través de estas redes.

Mario Martínez Calleja, abordó la importancia que están adquiriendo las nuevas tecnologías marcando el cambio para el establecimiento de la nueva economía en un entorno donde las redes sociales tienen un gran impacto social, cultural y empresarial.

Para finalizar, Amparo Díaz-Llairó explicó la estructura de una obra dirigida tanto a los profesionales de recursos humanos como a los propios candidatos con el fin de ayudarles a utilizar de forma eficaz las redes sociales. El **talento** está en la red se encuentra dividido en cuatro capítulos: el primero de ellos hace una breve introducción a este fenómeno social y lo analiza teniendo en cuenta la diversidad generacional; el segundo capítulo clasifica las diferentes redes sociales; el tercer apartado se dirige a los propios candidatos con la intención de ayudarles a crear su propia marca personal y a posicionarse en las redes sociales; la cuarta parte está dedicada a la empresa mostrando el camino para diseñar una buena estrategia de **reclutamiento 2.0**; y, finalmente la autora añade un apartado que recoge casos de buenas prácticas empresariales de destacada empresas a nivel nacional e internacional como **Accenture, Acciona, Oracle, Indra, LOreal o Vodafone** entre otras.

Todos estos contenidos convierten a esta obra en un título pionero en el análisis de la influencia de las redes sociales en los procesos de atracción y selección de recursos humanos.