

Entrevista con Amparo Díaz-Llairó, autora de El talento está en la red

“Tan fácil es conseguir trabajo en internet como perderlo”

Sara Sequeiro Robledo

El libro *El Talento está en la Red*, escrito por Amparo Díaz-Llairó te enseña cómo aprovechar las redes sociales para atrapar el talento o encontrar un nuevo puesto de trabajo.

A la autora le avala un nutrido currículum vitae con una amplia experiencia como directora de RR.HH. en empresas del sector TIC como Unit4 y en entidades financieras como Banco de la Exportación, Caixa D'Arquitectes y Citigroup. Como explicó Amparo en la presentación de la obra, “Tan fácil es conseguir trabajo en internet como perderlo”, gracias a *El talento está en la red* podrás conseguir tus objetivos laborales ayudándote de las redes sociales

¿Qué novedades aporta *El talento está en la red*?

Es un título pionero en el análisis de la influencia de las redes sociales en los procesos de atracción y selección de recursos humanos. Es novedoso porque refleja la confluencia de tecnología y recursos humanos, y también en él se muestran casos de éxito de más de 30 empresas españolas e internacionales que han tenido esta experiencia; desde Accenture, Indra, Acciona, L'OREAL y muchas otras

¿Crees que hoy en día es imprescindible estar presente en las redes sociales?

Exacto, es imprescindible; además hay que hacerlo cuanto antes, porque como decía Sun Tzu que escribió *El arte de la guerra*: “Aquel que llegue primero al campo de batalla y espera la llegada del enemigo estará fresco para la lucha; aquel que llegue segundo al campo de batalla y tenga que apresurarse para aprestarse a la batalla llegará a ésta exhausto”.

Teniendo en cuenta que en EE.UU el 80% del reclutamiento ya se basa en 2.0 van mucho más avanzados que aquí es España, aunque este año estamos viendo una consolidación de este tipo de reclutamiento. He dado formación a más de 250 empresas nacionales y multinacionales y estoy viendo que éstas están empezando a tener en cuenta esta gran oportunidad. Espero con el libro ayudar a las empresas a definir su estrategia y a las personas que buscan trabajo ayudarles a que lo tengan más fácil, a saber cómo posicionarse en las redes sociales y en qué redes posicionarse.

De cara al candidato, ¿Qué es lo más importante en cuanto a redes sociales? ¿En qué redes debería posicionarse?

El candidato debe posicionarse en las redes más adecuadas a su perfil, si hablamos de un perfil directivo, debería optar por la red social profesional LinkedIn, si hablamos de un perfil intermedio o un perfil técnico la red profesional Xing también ofrece muchas posibilidades. Si es un perfil con influencia en el mercado francófono, está la red profesional Viadeo. Pero sobre todo lo importante es que el profesional que esté en una red social debe mantenerse activo, es decir, las redes sociales son gratuitas pero detrás tienen un trabajo de mantenimiento de actualización de esos perfiles, igual que actualizamos nuestro currículum debemos actualizar nuestro perfil en la red social. Debes saber qué imagen personal, qué “marca” quieres transmitir para que en ese escaparate de talento puedan ver quién eres, qué quieres y hacia dónde te diriges en tu carrera profesional.

¿Das pautas en el libro sobre cómo mantener esos perfiles?

Exactamente, doy pautas y recomendaciones tanto para empresas como para candidatos. El libro tiene un paralelismo, está escrito de manera que doy consejos tanto en LinkedIn como en Twitter como en Facebook

para candidatos y empresas sobre cómo posicionarse y cómo interactuar –que esto a veces es lo más complicado - en las redes sociales.

Tratando el tema de la privacidad, como candidato ¿Debes controlar todo lo que se publica sobre ti en la red social? ¿Qué recomendas?

La forma de actuar en redes sociales como Facebook es muy diferente de la forma de actuar en redes sociales como LinkedIn.

LinkedIn es una prolongación de tu currículum vitae, lo que llamamos un perfil profesional, de tal manera que el lenguaje que utilices, el entorno y tus contactos no deberían ser solamente de amistad sino contactos a nivel profesional que te pueda ser útiles si no ahora, en el futuro, o que tú puedas ser útil para ellos.

En Facebook se mezclan familiares, amigos... pero no recomiendo que se mezclen temas laborales con temas personales en el mismo perfil de Facebook, porque puede haber información que no quieras transmitir a un profesional que puede contratarte y que quieras dejar en tu ámbito personal, en Facebook hay que tener mucho cuidado con nuestra privacidad y respecto a LinkedIn tener claro que es una Red profesional. Hay que tener claro en qué red estás, qué tipo de red y cómo interactúan, porque interactúan de forma distinta; por ejemplo twitter interactúa con 140 caracteres, no es lo mismo que en Facebook que puedes incluir fotos, o en un blog que puedes escribir tu experiencia profesional con más detalle, tus logros y no es igual que linkedIn donde puedes tener tu currículum actualizado, colgar una presentación con *Slide Share* etc. Todo esto se explica en el libro, y además como poder potenciar todas estas redes de forma conjunta para crear, desde el punto de vista sobre todo del candidato, esta imagen de “marca personal” del que se está hablando mucho en Estados Unidos.

Si hablamos de “marca personal”, ¿a las empresas también les favorecen las redes sociales?

Por supuesto y además de forma gratuita, puedes hacer campañas de marketing atrayendo a candidatos potenciales de una manera exquisita, por ejemplo en el caso de Acciona tienen un blog que se llama Canal Empleo que está vinculado a su página web corporativa donde está el apartado Trabaja con nosotros, si haces click en ese apartado se despliega el blog y ahí incluso ellos dan consejos para los candidatos, la imagen que está dado la empresa por lo tanto es muy buena, aportando esos consejos para trabajar con ellos o incluso en otras compañías. Es una campaña de Responsabilidad corporativa excelente.

Puede darse el error de que una empresa esté en las redes sociales, pensando que debe estar porque otras compañías están, pero no interactuar ni contestar a los candidatos; ya no estamos hablando de web 2.0, hablamos de web 1.0, no se puede poner el blog pero no interactuar con los posibles candidatos, el hecho de interactuar es muy importante para crear la imagen de marca del empleador, el *employer branding*.

En España, el employer branding no está muy desarrollado ¿verdad?

No, en España hay pocos ejemplos pero esto va a cambiar, siempre hay unos primeros y los demás los van siguiendo, sobre todo cuando les va bien y les está yendo muy bien.

¿A quién recomendarías especialmente el libro?

Lo recomendaría a aquellos que no estén familiarizados con las nuevas tecnologías, su valor añadido es que te ayuda a posicionarte en las redes sociales y a tener éxito, aportando datos que no tienes cuando te das de alta en la red social. Además doy cursos de una jornada, de siete horas en los que puedes obtener una visión completa de las herramientas que necesitas y mejor se adaptan a tus intereses profesionales.