

SELECCIÓN DE PERSONAL



**Amparo Díaz-Llairó, autora de
“El talento está en la red”**

“Se está reinventando el proceso de búsqueda de trabajo y el de atracción y reclutamiento”

La tecnología y las redes sociales están cambiando las reglas del juego en materia de selección de personal y de búsqueda de empleo. Empresas y candidatos deben adaptar sus estrategias a este nuevo escenario. Y lo tienen que hacer ya. El mercado de trabajo sigue estacado pero, antes o después, va a recuperarse y debemos estar preparados. Amparo Díaz-Llairó nos da las pistas para navegar en las redes sociales con eficacia.

José Antonio Carazo, Director de Capital Humano.

FICHA TÉCNICA

Autor: CARAZO MURIEL, José Antonio.

Título: Amparo Díaz-Llairó: "Se está reinventando el proceso de búsqueda de trabajo y el de atracción y reclutamiento".

Fuente: Capital Humano, nº 252, Marzo, 2011.

Resumen: Antes o después la recesión dará paso a un ciclo expansivo. Eso conllevará la necesidad de redimensionar al alza las plantillas. Ahora es el momento de plantearse cuáles serán las herramientas más eficaces para atraer y reclutar a los mejores candidatos. Según Amparo Díaz-Llairó, autora del libro "El talento está en la red" (Lid Editorial, 2010), "la clave del éxito en la contratación a través de redes sociales está en asegurar la alineación e integración perfecta de los procesos existentes de contratación dentro de la empresa y la tecnología puesta a disposición de los departamentos de recursos humanos. En el libro se aborda el cambio en las reglas del juego en el campo de la selección de personal y la búsqueda de empleo, se clasifican y analizan las redes sociales desde la perspectiva de los que buscan empleo y se incluye un capítulo dedicado al desarrollo estratégico y a la elaboración de un Plan de Reclutamiento 2.0.

Descriptores: Selección de personal / Búsqueda de empleo / Mercado de trabajo / Talento / Retención / Web 2.0



COMENTE ESTE
ARTÍCULO EN

www.capitalhumano.es



Antes o después la recesión dará paso a un ciclo expansivo. Eso conllevará la necesidad de redimensionar al alza las plantillas. Ahora es el momento de plantearse cuáles serán las herramientas más eficaces para atraer y reclutar a los mejores candidatos. Según Amparo Díaz-Llairó "en este nuevo escenario, el uso de Internet como campo de batalla jugará un papel esencial si queremos ganar en dinamismo, ser eficaces y llegar a los mejores". Ya son muchas las empresas y los profesionales que se han lanzado a explorar las posibilidades de este nuevo entorno.

Amparo Díaz-Llairó es Licenciada en Ciencias del Trabajo y Diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad

de Barcelona y la London Metropolitan University; y está graduada en Gestión de RR.HH. y Sistemas Retributivos por la Universidad Ramón Llull. Ha sido Directora de RR.HH. en empresas como Unit4, Banco de la Exportación, Caixa d'Arquitectes y Citigroup. Es miembro de Top Ten Business Experts.

Acaba de publicar "El talento está en la red" (Lid Editorial, 2010), primer libro práctico sobre reclutamiento 2.0 con mención expresa a casos prácticos. En el libro se aborda el cambio en las reglas del juego en el campo de la selección de personal y la búsqueda de empleo, se clasifican y analizan las redes sociales desde la perspectiva de los que buscan empleo y se incluye un capítulo dedicado al >

> desarrollo estratégico y a la elaboración de un Plan de Reclutamiento 2.0. También se recoge con detalle los casos de éxito en reclutamiento 2.0 de Accenture, Acciona, Asepeyo, Banco Sabadell, Caixa Galicia, Catenon, Cap Gemini, Cesma, Cisoa, DiR, Eurodepot, FNAC, Frigicoll, Global Estrategias, Gómez-Acebo & Pombo, Grupo Gesfor, Grupo Pyrenees, IBM, IIC, Indra, KPMG, la Caixa, L'Oreal, Manpower, Media Markt, Mercer, Mujer y Empresa, Oracle, PeopleMatters, Piaggio, Psicotec, PwC, Sara Lee, Seat, Tuenti y Vodafone.

Como recuerda la autora de “El talento está en la red”, “en Estados Unidos el 80% de la estrategia de reclutamiento se basa en 2.0. En España todavía estamos por debajo del 10%, pero este dato está cambiando significativamente en 2010 y lo hará más aún en 2011. Según el estudio realizado por Unique sobre el uso de las redes sociales y profesionales como fuentes de reclutamiento y selección de personal, el 49% de los profesionales de recursos humanos hacen uso de las redes sociales para el desempeño de su actividad profesional, pero solo un 6% indican que en sus empresas se han desarrollado acciones formativas y procedimientos para

optimizar el uso de estos nuevos canales como fuentes de reclutamiento”.

Los datos de crecimiento del tráfico de las redes sociales son espectaculares. El uso de redes sociales se incrementó en España en un 500% en 2009 (según el estudio de Telefónica España La sociedad de la Información en España 2009) y tres de cada cuatro internautas españoles son usuarios de redes sociales y dedican 5,3 horas al mes

por usuario (según la empresa de medición Comscore).

Además, durante 2010 se ha observado un incremento en la inversión de las marcas en el reclutamiento social, dado que a la eficacia se unen unos costes más

reducidos. Las organizaciones están siendo más proactivas en la atracción de candidatos, tanto activa como pasivamente, así como en el abastecimiento de referencias en el futuro. La clave del éxito en la contratación a través de redes sociales, para Amparo Díaz-Llairó, “está en asegurar la alineación e integración perfecta de los procesos existentes de contratación dentro de la empresa y la tecnología puesta a disposición de los departamentos de recursos humanos. Las redes sociales se convierten así en una forma ideal para acercar la empresa a los potenciales candidatos”.

Amparo Díaz-Llairó está considerada una de las diez mejores profesionales de RR.HH. en España, según Top Ten Business Experts

¿Cuál es el objetivo del libro?

En España, donde tenemos una tasa de desempleo tan alta y donde hay muchas ofertas que no siempre llegan al conocimiento de los candidatos, hay una falta de comunicación entre las vacantes y las personas que buscan empleo. Han surgido nuevos portales que muchas personas desconocen. Las herramientas 2.0 están ayudando a conectar esos portales con las redes sociales propias de los candidatos. Vivimos un momento de reinversión del proceso de búsqueda de trabajo así como del proceso de atracción y reclutamiento por parte de la empresa. Actualmente a través del típico portal de empleo no se está encontrando el talento que se busca. Por otra parte, hay muchas personas sin trabajo pero no encuentran los perfiles adecuados. Las redes facilitan mucho la búsqueda, pero no solo las profesionales, también las especializadas y las sectoriales. Por ejemplo, la red Moterus, que es una red de aficionados a las motos, es utilizada por el Director





de RR.HH. de Piaggio, o la red Ticket 2 Law, que utiliza el Despacho Gómez-Acebo & Pombo para buscar abogados.

¿Las redes sociales suponen un cambio tecnológico en la forma de buscar candidatos?

El cambio de la web 1.0 a la web 2.0 es el de una comunicación unidireccional a una bidireccional, que crea cooperación y transparencia. Sobre todo es un cambio de mentalidad y cuanto más jerárquicas sean las organizaciones más les va a costar adaptarse. En EE.UU. ya lo han hecho, han visto que es una herramienta potente, una nueva forma de contratar. Compañías como Accenture en 2010 han reducido un 25% de sus candidatos a través de las redes sociales, y piensan llegar al 40%. Las redes sociales también abren un campo impresionante para identificar candidatos para las empresas españolas que se están internacionalizando.

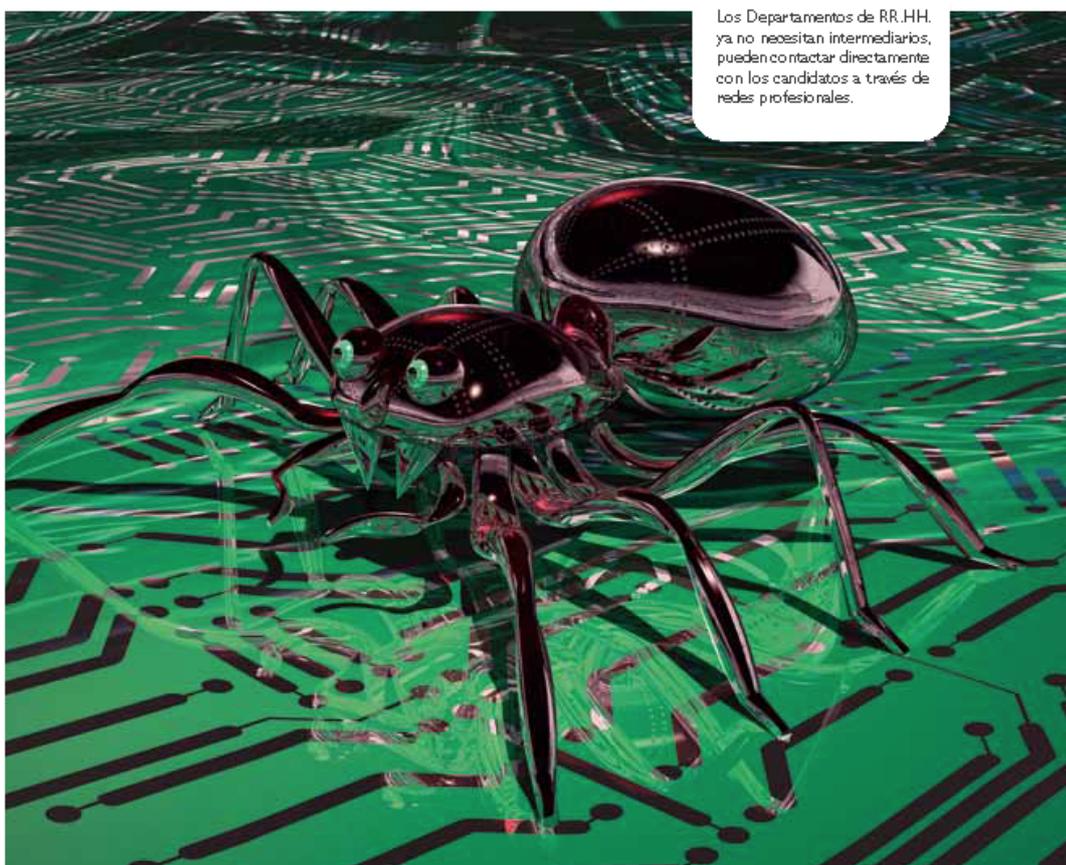
¿Se está produciendo una desintermediación del mercado de trabajo para ir directamente de peticionario a oferente?

El año pasado el headhunting decreció entre un 30 y un 40%. Está claro que RR.HH. puede contactar directamente con los candidatos, por ejemplo, a través de LinkedIn. No es necesario estar en todas las redes, hay que estar en las adecuadas según cada perfil.

¿Las empresas y candidatos que no están en la red están fuera del mercado?

Si hablamos de directivos sí, están obsoletos.

Esto nos lleva al tema del posicionamiento de la marca personal. ¿La empresa contrata al mejor candidato o al que mejor se vende?



Los Departamentos de RR.HH. ya no necesitan intermediarios, pueden contactar directamente con los candidatos a través de redes profesionales.



> Es importante la marca personal pero no hay que olvidar que primero tienes que atraer, luego tienes que interesar. Puedes tener un perfil estupendo, pero después viene la entrevista y todo debe ser coherente. Yo aconsejo que se vigile la marca personal porque a través de Facebook se puede llegar a mucha información que no deseas que se vea. Todos tenemos las mismas oportunidades de mostrar nuestro talento en la red y todos lo van a poder ver.



Antes se decía que el mejor candidato es el que no está buscando un cambio. Ahora parece que todos están en el mercado.

Aunque no busques trabajo tienes que estar en la red. Si trabajas te van a ver como posible cooperador, si pones que estás buscando trabajo van a ver un cierto “interés”. Yo veo más útil hacer un networking previo, que puede ayudarte profesionalmente y que, llegado el momento, te puede ayudar a buscar trabajo. En EE.UU. las empresas están muy habituadas a ver movimientos en el perfil de una persona en LinkedIn, aunque no esté deseando un cambio. En España nos estamos adaptando.

¿Qué opina de las empresas que crean su propia red?

Dependerá del atractivo de la empresa. Si son Coca-Cola, BBVA o cualquiera de las empresas del Ibex 35 será la primera que me apunte si sé que tienen una buena estrategia de RR.HH.

Se habla mucho de atracción y retención, pero muchas empresas, por razones económicas, se han tenido que desprender de talento. Cuando cambie la coyuntura, ¿van a ser capaces de volver a atraer el talento que dejaron marchar?

La confianza del empleado no se gana cuando hace buen tiempo, se gana cuando hay borrascas. Habrá guerra por el talento cuando esto pase y las empresas sufrirán una fuga de talento, del bueno. Los malos se quedarán porque

ni se irán ni los podrás despedir si el coste es alto. Se quedarán con personas desmotivadas, ineficientes y sin compromiso. En momentos de incertidumbre, es cuando hay que trabajar el compromiso, la retención. Debes comunicar bien, sea una buena o mala noticia. Las personas trabajan mejor sabiendo la realidad y, además, es más rentable.

¿Cree que se está trabajando adecuadamente en la fidelización de las personas?

Hay empresas que miran a largo plazo, otras a corto y solo se fijan en lo que dice el Director Financiero y no escuchan al de RR.HH. Se les va a ir el talento y cuando quieran atraerlo van a tener que pagar salarios más altos.

¿Estamos preparados para gestionar candidatos 2.0?

No, pero van a tener que prepararse. No es difícil, primero hay que conocer las técnicas, luego es cuestión de tiempo.

Parece que hay indicadores que demuestran que se está recuperando el mercado de trabajo, ¿es así?

En España no atravesamos el mejor momento porque estamos en plena recesión económica. Pero en otros lugares, como EE.UU., Oriente o los Emiratos Árabes, se está solicitando talento a nivel internacional. En España quizá a finales de año podamos empezar a ver una recuperación.

¿Significa que el mercado de trabajo se está internacionalizando?

A nivel individual, cualquiera puede tener un trabajo en cualquier parte del mundo si el idioma se lo permite. La clave es el modelo Aída: Atractiva, Interés, Deseo y Acción. ■

+INFORMACIÓN

Presentación del libro “El Talento está en la Red”: <http://capitalhumano.wke.es/39fa107>