

GESTIÓN DEL TALENTO

Talento 2.0



Para seguir siendo competitivas, las empresas, tanto nacionales como internacionales, deben saber atraer a los mejores en un nuevo mercado global de talento 2.0. En este sentido, y en línea a la apertura de empresas al exterior, los profesionales de RR.HH. tienen que aprender a optimizar las redes sociales como canal fundamental y probablemente único para realizar una atracción y una selección de adecuadas en un mercado globalizado. Deberán moverse en la red con mucha más agilidad de lo que lo hacían hasta ahora e, incluso, tendrán que dar respuesta de una forma más rápida a los candidatos que se están postulando, ya que de lo contrario crearán una imagen de empresa obsoleta y, por lo tanto, no atractiva para conquistar nuevas aptitudes, especialmente a las de la Generación Y. El 50% de la población mundial tiene menos de 30 años. Es una oportunidad para las empresas que se adapten primero y con una estrategia de RR.HH. 2.0 definida y alineada con sus objetivos corporativos.

USUARIOS DE REDES EN ESPAÑA

Según el estudio "Usos de Redes Sociales en España" (noviembre 2011) realizado por IAB, un 75% de las personas que se conectan a Internet son usuarios de redes sociales. En España, Facebook ocupa la primera posición como red social con más usuarios y le sigue Tuenti.

El informe también indica el tiempo de conexión de los españoles, destacando que la dedicación horas/semana es más elevada en Facebook con 3.36 horas/semana de media por usuario, respecto a Twitter, con 2.36 horas/semana (igual que Youtube) o LinkedIn, donde dedicación media son 1.36 horas/semana.

Sin embargo, y aunque existen millones de redes sociales, la mayor red profesional mundial es precisamente LinkedIn, y cuenta con más de 150 millones de usuarios en más de 200 países y territorios. En España, LinkedIn tiene nada menos que 2 millones de usuarios. Es líder en Europa, Reino Unido y Estados Unidos, y es la red social profesional más utilizada por los profesionales de RR.HH.

También debemos tener en cuenta el potencial que ofrece Facebook para atraer candidatos potenciales, ya que prácticamente todo el mundo ha sido colonizado por la red de redes.

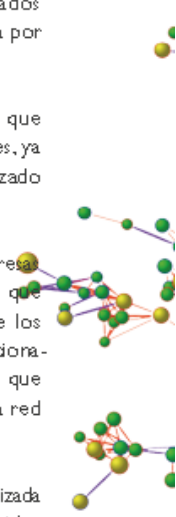
Ante este nuevo escenario del mercado laboral, empresas y candidatos requieren conocer las redes sociales que están resultando más efectivas en la práctica de los RR.HH. 2.0, así como cuáles son las redes internacionales más destacadas, además de las más relevantes que como todos sabemos son Facebook, LinkedIn y la red de microblogging Twitter.

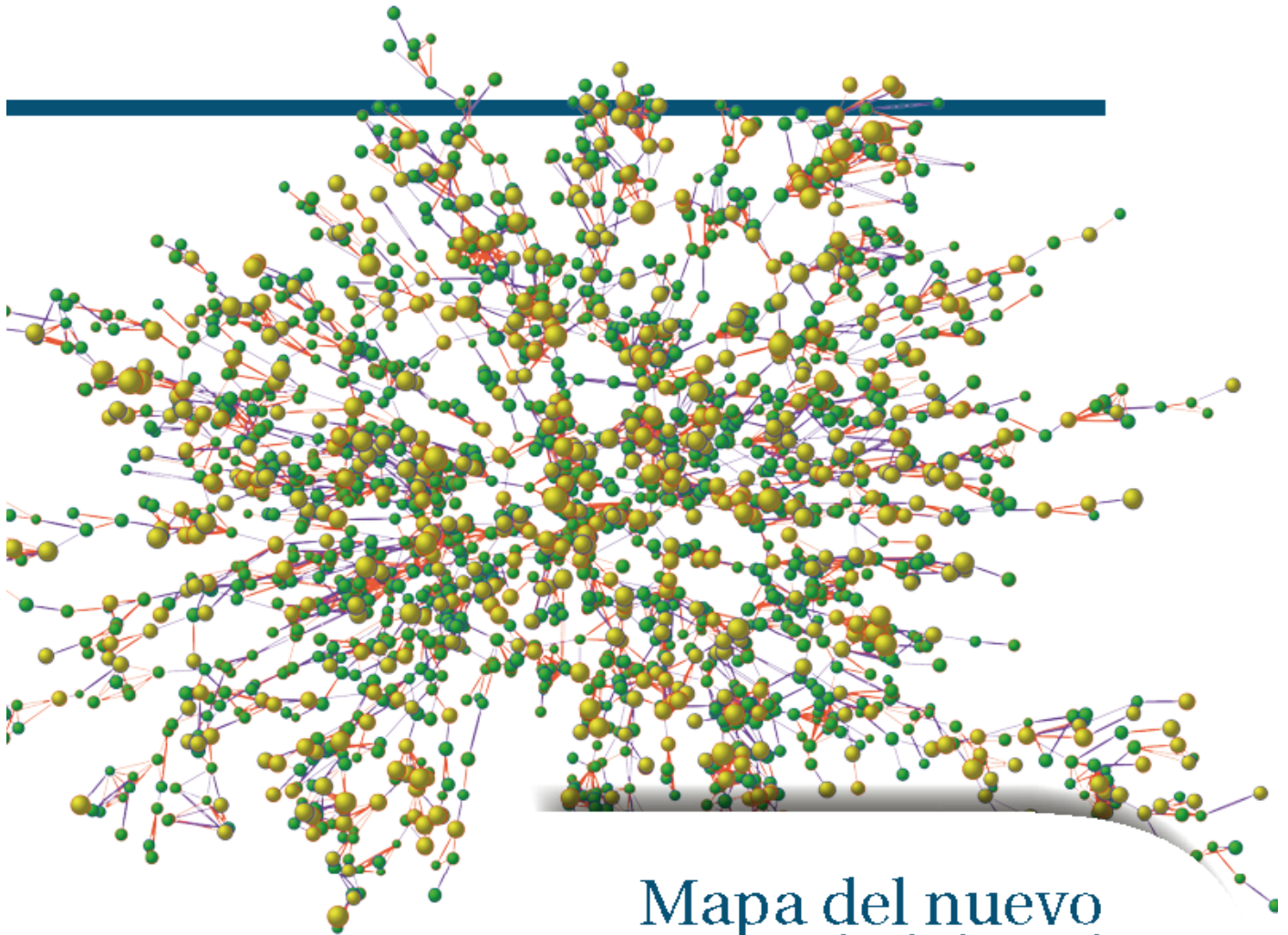
Para ello podemos estudiar los datos de la encuesta realizada por www.jobvite.com a 600 empresas en Estados Unidos (2010) sobre las redes sociales que mejores resultados ofrecen a los profesionales de RR.HH: LinkedIn (89,4%), Facebook (27,5%), Twitter (14,2%), Blogs (6,3%), YouTube (6%).

PANORAMA INTERNACIONAL DE LAS REDES SOCIALES

Respecto al empleo y tendencias de las redes sociales en otros países podemos destacar lo siguiente:

- En Reino Unido las redes sociales más populares son Facebook y LinkedIn.
- En Estados Unidos: Facebook, Twitter y LinkedIn.
- En Australia: Facebook y Twitter.
- En Canadá: Facebook y Flickr.
- En Italia: Facebook, Netlog y Badoo.
- En China, la red social más utilizada es Qzone, aunque también es muy popular Renren (conocida como Xiaonei), Sina Weibo, 51.com y Kaixin001
- En Corea del Sur destaca Cyworld.
- En Japón, Mixi.
- En Taiwan, Wretch.
- En Vietnam, Zing.
- En Brasil la red más popular es Facebook (aunque hasta hace unos meses era Orkut).
- En India, sin duda Orkut.





Mapa del nuevo mercado laboral internacional 2.0

- En Rusia la red V Kontakte es líder pero también destaca Odnoklassniki
- En Hungría, es Iwiw, en Polonia tenemos a Naszaldase y en República Checa Lidé.
- En Polonia, Nasza-Klasa (NK).
- En Filipinas destaca Frienster.
- En Irán y Siria, Zuck.
- En la comunidad árabe, la red social más representativa es Maltoob.

También podemos analizar las cifras de crecimiento mundial de las redes sociales y cómo evolucionan las tendencias internacionales. Los datos de crecimiento mundial del uso de redes sociales, según un reciente estudio de eMarketer (febrero 2012) -especializados en recoger y filtra datos, análisis e ideas sobre marketing

digital, medios de comunicación y comercio- nos indica que China y EE.UU. son los países con mayor número de usuarios en redes sociales.

A lo largo de 2012, EE.UU. alcanzará el mayor porcentaje de usuarios de redes sociales respecto a su población total (49.9%), seguido de Canadá (49.3%), Corea del Sur (46.6%), Australia (44.4%) y Rusia (41.9%).

EL "ESTADO DE ÁNIMO DE UN PAÍS", PREDICTOR DE ÍNDICES DE DESEMPLEO

Los datos que se extraen de la Web 2.0 son procesados y utilizados por empresas y candidatos, pero también los utilizan los gobiernos de algunos países.

como EE.UU, por ejemplo para predecir la tendencia del índice de desempleo.

Según publica "The Wall Street Journal", un reciente sondeo realizado por Business Wireless y SAS han destacado que de la información extraída de la Web 2.0 (conversaciones y sentimiento) se podría predecir un aumento del desempleo en un país. El estudio analizó medio millón de blogs, foros y sitios de noticias, donde se examinaron dos años de datos de medios de comunicación social de EE.UU. e Irlanda en busca de referencias al desempleo. Según concluye la investigación, analizar el "estado de ánimo de un país", también puede ser un indicador de un aumento en el desempleo.

EMPLOYER BRANDING 2.0

Está claro que los nuevos comportamientos de los candidatos en el mercado laboral, tanto a nivel nacional como internacional, es decir, su presencia activa en las redes sociales les brinda un nuevo escenario de mercado laboral

donde no solo los aspirantes, también las organizaciones tienen que reinventarse si quieren ser competitivas.

Nunca hemos estado ante un mercado laboral internacional con mayor transparencia como en esta nueva era de talento 2.0. Por ejemplo, en LinkedIn empresas y candidatos pueden ver las estadísticas de donde proceden los empleados de una empresa y hacia dónde se van cuando cambian de empresa. Estos datos son muy útiles para los profesionales de reclutamiento y selección.

La preocupación actual de algunos directivos es que sus empleados están en la red y son visibles para las empresas de la competencia pero, en realidad, el reto está en diseñar una estrategia de creación de marca como empleador que le permita atraer el mejor talento para su empresa. ■

MÁS INFORMACIÓN

* Usos de Redes Sociales en España" (IAB, noviembre 2011):
<http://capitalhumano.wke.es/9bba36b>

