

A vintage-style map with a compass, a pencil, and several pushpins. The map is blue-toned and shows various streets and landmarks. A compass is in the top left, a pencil is in the middle left, and several pushpins are scattered across the map. A white box with text is in the middle right, and a blue box with more text is in the bottom right.

Rumbo al Empleo 2.0

**Víctor Candel
Isabel Iglesias
Eduardo Moreno
Miguel Ángel Riesgo
Sabina Serrano**



Con la colaboración de:



OBSERVATORIO UNIVERSITARIO

INSERCIÓN LABORAL

universidad de alicante

www.insercionlaboral.ua.es



MEJORAR TU CV



No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, no pudiéndose alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta. Eres libre de distribuir y comunicar libremente la obra a través de cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico o por fotocopia, siempre que no se realice con fines comerciales: venta, alquiler o préstamo.

© Víctor Candel, Isabel Iglesias, Eduardo Moreno, Miguel Ángel Riesgo y Sabina Serrano 2013

© Isabel Iglesias 2013, del Prólogo

Edición, maquetación y diseño de portada: Víctor Candel

Fotografía de portada: © Morguefile.com/creative/gracey

Primera edición: Octubre de 2013



Índice

	Prólogo	4
	Relación entre la Marca Personal y Empleo 2.0	5
	LinkedIn La red profesional	14
	Twitter La red del <i>#hashtag</i>	22
	Facebook, ¿Red personal o también profesional?	30
	Google + La gran desconocida	38
	El proceso de Selección	43



Prólogo

La irrupción de las redes sociales ha supuesto un cambio radical en muchos ámbitos de la sociedad así como en la manera en la que nos relacionamos.

Si hay una actividad que ha sufrido cambios muy importantes ha sido la búsqueda de empleo y el reclutamiento.

En muy pocos años hemos pasado de una posición pasiva por parte del candidato, donde la búsqueda de empleo se limitaba a contestar a ofertas que las empresas publicaban en medios impresos y portales de empleo (los denominados portales 1.0) a una posición activa donde el candidato no espera a que surjan las ofertas sino que las busca mediante la red de contactos y las redes sociales.

Esto ha hecho que todavía exista un grupo muy importante de personas, que están en búsqueda activa de empleo, que desconocen las nuevas reglas del juego del reclutamiento y que, por lo tanto, su búsqueda puede ser infructuosa y en ocasiones frustrante.

Las redes sociales han impuesto una nueva forma de buscar candidatos y de ofrecer empleo basado en la aportación de contenido por parte de éstos y de una continua y constante proyección de la marca personal.

En definitiva, las redes sociales son uno de los mejores amplificadores y escaparates que existen para demostrar al mundo lo que sabemos hacer y cómo lo hacemos.

Conscientes de que este cambio de paradigma puede generar incertidumbre y desconocimiento entre las personas que están en búsqueda activa de empleo, hemos creado la presente guía para ofrecer las líneas maestras de lo que consideramos que es buscar empleo en las redes sociales.

Esta guía, en la que hemos colaborado profesionales de Recursos Humanos, Orientación Profesional y Marca Personal, especializados en selección, reclutamiento, orientación y marca personal aspira a ser una ventana abierta a la que asomarse cuando se inicia la búsqueda de empleo en las redes sociales.

En ella hemos volcado nuestros conocimientos y experiencias a lo largo de nuestros años de profesión. Es por ello que estamos convencidos que puede resultarte útil para que te inicies en el llamado empleo 2.0, o la búsqueda de empleo a través de las redes sociales.

No sólo hemos hablado de las redes más habituales para encontrar trabajo sino que hemos querido completarla dando unas ideas sobre marca personal y cómo realizar entrevistas de trabajo.

Sólo te pedimos una cosa a cambio y es que si la guía te ha ayudado, la difundas en las redes sociales y entre tus contactos para que otras personas puedan utilizarla.

Gracias por leernos!!!



Miguel Ángel Riesgo

Relación entre la Marca Personal y el empleo 2.0

La **marca personal** es un concepto que está muy de moda últimamente. Podría definirse como el conjunto de características tanto personales como profesionales que nos definen e identifican frente a los demás. Y es precisamente este conjunto de cualidades el que nos permite configurar una identidad propia y distinta a la de los demás, lo cual facilita el que podamos ser elegidos cuando existan distintas alternativas de elección.

El caso más ilustrativo para entender esto lo tenemos en un proceso de selección en el que se persigue cubrir una vacante profesional determinada. El reclutador tendrá a su disposición numerosas alternativas (candidatos) entre las cuales deberá elegir. Y es aquí donde la marca personal juega un papel esencial; a lo largo de este capítulo iremos viendo las razones.

Ahora bien, a pesar de lo que te he dicho, no quiero que pienses que la marca personal es un asunto temporal al que dentro de un tiempo se le dejará de prestar atención. Al contrario, la marca personal ha existido siempre, y su relación con el entorno profesional ha tenido una relación directa. Puede que no se llamase de esa forma, que tuviese otro nombre (prestigio, reputación...) o incluso simplemente que se tratase de una cuestión inconsciente por su intangibilidad. Pero eso no le resta importancia al resultado esperado, que ha sido el de convertirnos en una opción digna de ser tenida en cuenta y finalmente elegida.



Otro punto a aclarar es que la marca personal no está asociada a minorías selectas, con acceso a recursos inalcanzables para el resto. Al contrario, cualquiera de nosotros ya tiene su propia marca, le guste o no. De lo que tratamos en esta guía es de hacernos conscientes de nuestra propia marca, para de esa forma poderla proyectar adecuadamente en nuestro entorno, generando las suficientes expectativas en los demás que logren convertirnos en “algo deseado”.

Otra forma para entender correctamente lo que es y permite una marca personal, es fijarnos en las marcas comerciales que tenemos constantemente a nuestro alrededor. Todas ellas transmiten a su alrededor mensajes no sólo sobre las características de su producto, sino que tratan de posicionarse en la mente de sus usuarios y consumidores, para lo cual tratan de generar percepciones positivas en ellos; y todo ello persigue el fidelizarlos y generar el suficiente nivel de compromiso que haga que esos usuarios tengan una razón de peso para seguir usando y/o comprando sus productos.

Pues bien, con la marca personal pasa prácticamente lo mismo, aunque existen ciertas diferencias.

Con la aparición y evolución de la Red, la marca personal tiene acceso (a menudo gratuito) a multitud de recursos que le permiten obtener muy buenos resultados. Por tanto, no existen apenas limitaciones en el acceso a posibilidades para difundir nuestra esencia como profesionales.

La marca personal genera un mayor nivel de cercanía y transparencia. Las marcas comerciales pueden convencernos y convertirnos en fieles seguidores, pero la aparición de nuevos competidores que nos ofrezcan algo adicional y/o mejor, nos podrá convertir en “mercenarios”. Sin embargo, detrás de una marca personal hay una persona concreta, con nombre y apellidos, al que seguramente podremos contactar e incluso iniciar una relación uno-a-uno. Y este tipo de vínculos son mucho más difíciles de romper.



Las marcas comerciales pueden (y de hecho tienen) una vigencia temporal, mientras que la marca personal es algo que nos acompañará a lo largo de toda nuestra vida, por lo que debemos ser muy conscientes de lo que transmitimos a nuestro alrededor.

¿Qué tiene que ver la marca personal con el empleo 2.0?

Tradicionalmente han sido cuestiones que se han tratado por separado. A pesar de que desde hace ya varios años nadie duda que la mayoría de las ofertas de empleo se mueven en la Red, y que es aquí donde se dan cita tanto candidatos como reclutadores, son pocos los que gestionan conscientemente su propia marca para posicionarse en la mente de los reclutadores como una alternativa válida.

Me explico, la gran mayoría de candidatos usan los distintos canales en Internet donde se encuentran las ofertas disponibles (portales de empleo, agregadores, redes sociales y profesionales, bolsas de empleo...), limitándose a inscribirse en ellas mediante el envío de su *currículum*, con la esperanza de que el reclutador le dedique aunque sólo sea unos pocos segundos de su atención. Ahora bien, esta práctica (aún imperante) está demostrando tener un índice de eficacia prácticamente nulo para la gran mayoría de candidatos, atendiendo a la crisis laboral en la que nos encontramos actualmente. La sobresaturación de candidatos, frente a la escasez existente de ofertas de empleo, hacen necesarias otro tipo de prácticas que ayuden a esos candidatos a tener una mayor visibilidad, y por lo tanto mayores posibilidades de reincorporarse al mercado laboral.

Y es aquí donde la marca personal juega un papel fundamental. Se convierte, trabajándola adecuadamente, en una alternativa que permite diferenciarse de los demás, y que genera una propuesta de valor que sea lo suficientemente atractiva para los reclutadores.



Los reclutadores te buscan en Internet

Los reclutadores siempre han necesitado tener acceso a bases de datos no sólo para localizar candidatos afines al perfil que necesitan contratar, sino que han recurrido a distintas fuentes de información para obtener el mayor conocimiento posible sobre qué tipo de candidatos son. Sin embargo, ha sido con el desarrollo de las tecnologías basadas en Web, que ha supuesto un cambio disruptivo en la manera en la que acceden a distintas informaciones sobre los candidatos potenciales, y que les ayudan a configurar un detallado perfil no sólo profesional, sino también personal acerca de ellos.

Por tanto, aparte de los mecanismos tradicionales, los reclutadores usan exhaustivamente la Red para localizar, conocer, relacionarse y atraer el talento que precisan incorporar en sus organizaciones. Y no hablo de que se limiten únicamente a publicar ofertas de empleo y aceptar candidaturas, sino que cada día hay más reclutadores 2.0 que deciden exponerse públicamente en distintos medios sociales (blogs, redes profesionales...), con la idea de mostrar lo mejor de sus compañías para hacerlas lo más atractivas posibles y atraer al mejor talento a sus organizaciones, para lo que se muestran “abiertos” a relacionarse con los candidatos en búsqueda activa (o pasiva) de empleo.

Porque estos nuevos comportamientos que reflejan un cambio de paradigma, persiguen el obtener un conocimiento mucho más detallado de los candidatos, para localizar e identificar al mejor talento disponible, y no sólo en el momento en que pueda existir una oferta de empleo concreta, sino antes e incluso después.

En definitiva, todo aquel candidato que intente encontrar un empleo ahora o en el futuro, debería pensar seriamente en la posibilidad de posicionarse profesionalmente en la Red, para ser encontrado “fácilmente” y convertirse en una opción que transmita confianza.



Porque es precisamente la confianza lo que abre puertas frente a un reclutador. Por supuesto, éste busca un determinado perfil profesional que encaje con las características de la vacante demandada; por tanto, la experiencia y competencias acumuladas por el candidato durante su trayectoria profesional son fundamentales. Pero no se queda aquí, ya que necesita obtener una mayor profundidad en su conocimiento de ese candidato, para maximizar las posibilidades de elegir al más idóneo. Necesita tener la mayor confianza posible en que sus características personales y profesionales encajan a la perfección con lo que anda buscando.

Por tanto, un candidato que desee trabajar en su marca personal para tener las mayores posibilidades de obtener mejores oportunidades profesionales, debería posicionarse en la Red para demostrar sus competencias, y ofrecer las mayores garantías posibles sobre su valía profesional.

El posicionamiento de la marca personal en el 2.0

A pesar de que esta guía se centra en la proyección de la marca personal en la Red, es preciso tener en cuenta que es imprescindible seguir usando los canales tradicionales; por tanto, nunca deberá olvidarse que nuestra marca propia adquiere una relevancia fundamental en el mundo “real”. En realidad, la marca personal no es ni 1.0 ni 2.0; somos nosotros mismos, nuestras creencias, valores y competencias lo que cuentan realmente, lo que nos permite convertirnos en una opción ganadora cuando más lo podamos necesitar. Otra cosa son los canales en los que nos apoyamos para difundir y proyectar nuestra identidad profesional para tener mayores y mejores oportunidades profesionales.



Por ello, y centrándonos en el foco 2.0 de esta guía, nos damos cuenta de que nuestra marca personal encuentra el encaje perfecto en la Red, como canal de comunicación en el que amplificar la visibilidad y el alcance de llegada de nuestros valores como profesionales. Y ello es posible gracias a numerosas razones,

Nuestra marca personal no sólo necesita mostrar lo que hemos sido y cuáles son nuestras capacidades (eso lo podemos hacer mediante mecanismos tradicionales como puede ser el *currículum*), sino especialmente demostrar a nuestro entorno (y por supuesto a los reclutadores), que somos la mejor opción disponible y la que mayor garantías ofrece. Para ello nuestra actividad (de calidad) constante en la Red, en aquellos sitios donde nos interese realmente estar, transmite percepciones de valor.

Hemos visto que los reclutadores buscan candidatos en Internet para identificar el talento que necesitan incorporar en sus compañías. Por tanto, contamos con la Red como un aliado perfecto para localizarles, seguirles y entablar el contacto necesario para ir generando una relación que vaya más allá del simple envío del *currículum*.

Disponemos de numerosas vías en la Red para gestionar nuestra marca personal y proyectarla adecuadamente. Aquí es preciso hacer una mención especial a los medios sociales (blogs, redes sociales y profesionales...) que nos permiten crear contenido específico sobre nuestra área profesional, y mediante los cuales nos podemos posicionar como autoridades competentes en nuestra área de especialización.

La mayoría de los medios sociales mencionados son gratuitos, al menos en sus versiones básicas. Pero aún así, disponen de la suficiente “potencia” como para ayudarnos a proyectar una sólida identidad profesional.



De hecho, me atrevería a decirte no sólo que el 2.0 puede ayudarte a conseguir tus metas profesionales, sino además que el hecho de prescindir de este canal de comunicación, puede llegar a convertirse en un elemento de exclusión laboral, al poder perderte oportunidades profesionales que sólo pasan a través de ese canal.

Ideas clave para proyectar tu marca personal en el 2.0

Antes de nada te diré que en esto de la marca personal no hay ninguna **receta mágica** que te garantice un resultado inmediato; de hecho, ni siquiera llegues a obtener el resultado esperado. El trabajo que realices sobre tu propia marca, en términos de calidad, constancia y esfuerzo, será el único que determine el éxito final. No obstante, sí es preciso entender que, aunque lo que le funciona a uno no tiene porqué funcionarte a ti, y viceversa, existen ciertas cuestiones que siempre deberás tener en cuenta.

Si no tienes un objetivo claro y una estrategia planificada de antemano, ten por seguro que la Red poco podrá hacer por ti. Es imprescindible como paso previo y fundamental, que realices una reflexión profunda sobre ti mismo, evaluando y analizando quién eres y qué puedes ofrecer como profesional que sea de valor para los demás. Será aquí donde deberás plantearte hacia dónde debes conducir tus pasos, estableciendo el objetivo que pretendas conseguir, y cuándo deberías alcanzarlo. Una vez hecho esto, ya puedes continuar...

En la Red, en el momento en que empieces a posicionarte con tu actividad en los distintos foros en los que te encuentras, debes ser consciente de que tu exposición será total. “Cualquiera” (incluyendo los reclutadores) podrá comprobarla y analizarla, tras lo cual juzgará si eres un candidato con posibilidades para formar parte de un proceso de selección determinado, o por el contrario eres rechazado (y lo más seguro es que ni siquiera te hayas dado cuenta de ello).



Por tanto, cuando uses cualquier medio social con un objetivo profesional, debes ser consciente de lo que expresas y de cómo lo haces, puesto que todo puede tener repercusiones. Cualquier tipo de actividad (un comentario en una red profesional, una foto en una red social, una entrada en un blog...) genera automáticamente una percepción. Y de lo que se trata, como ya hemos visto, es de que dicha percepción juegue a nuestro favor, y no en nuestra contra. Porque todo ello afecta a nuestra reputación como profesionales. El llegar a tener prestigio sin duda alguna abre puertas, por lo que nuestra presencia en la Red debemos cuidarla al máximo.

Existen multitud de redes sociales y profesionales entre las que tendrás que seleccionar cuidadosamente no dónde te gustaría estar, sino dónde debes posicionarte. Y para ello, tienes que tener en cuenta tu tiempo disponible y cómo debes hacer para rentabilizarlo al máximo, puesto que desgraciadamente no cuentas con todo el tiempo del mundo... Además, debes centrarte únicamente en aquellas en las que previamente hayas determinado que se encuentra el público objetivo al que te diriges.

Siempre te recomendaré que, como parte de tu estrategia 2.0, **crees tu propio blog**, en el que puedas mostrar tu propuesta de valor como profesional, y demostrar cuáles son tus competencias y potencial. Un blog se convertirá así en la pieza central que gire alrededor de tu marca personal.

Los conocimientos adquiridos durante toda tu vida laboral, son los que te permitirán posicionarte en la mente de los reclutadores. Y para ello, deberás convertirlos en contenidos que queden convenientemente registrados en la Red y que identifiquen qué es lo que puedes aportar.

Todos esos contenidos profesionales que vayas generando con el paso del tiempo, se quedan almacenados “para siempre” en la Red, configurando tu “huella digital”, la cual puede ser accedida y seguida por los reclutadores que deseen obtener información sobre ti. Por tanto, cualquier contenido que produzcas y que registres en la Red, debe ayudarte a conseguir los objetivos profesionales que te hayas propuesto.



La marca personal no es un islote separado del resto del mundo. Al contrario, debemos tender puentes que permitan el estar conectados con aquellos que nos interese en cada momento. El 2.0 facilita la relación entre sus miembros, por lo que debemos aprovechar al máximo las posibilidades de comunicación bidireccional que nos ofrece. El trabajar de esta manera nos permite ir creando vínculos cada vez más estrechos con nuestra comunidad (entre los cuales también están los reclutadores...), lo cual puede llegar a generar oportunidades profesionales futuras.

A pesar de la importancia que tiene tu marca personal y de lo que te juegas con ella, no debes caer en el error de inundar con tu presencia las redes sociales, intentando desesperadamente el atraer la atención sobre ti. Por supuesto que debes promocionar tu valía profesional para generar el suficiente interés, pero siempre teniendo en cuenta que deberás buscar el equilibrio suficiente y necesario entre la promoción de tus competencias, y la generosidad de la que debes hacer gala para aportar a los demás tanto como quieres que te aporten a ti. Para ello, la idea es integrarte dentro de tu comunidad de la forma más natural posible, interactuando con tus seguidores y “regalándoles” lo mejor de ti mismo, en forma de comentario, opiniones, agradecimientos, compartiendo el contenido que puedan generar...

La marca personal es un proyecto atemporal, y que nos acompaña siempre. Por ello, nunca deberíamos dejarlo de lado, sino considerarlo como algo en lo que es necesario sembrar constantemente para que podamos recoger sus frutos cuando más lo podamos necesitar.

Miguel Ángel Riesgo



www.miguelangelriesgo.com



es.linkedin.com/in/miguelangelriesgo



[@mangelriego](https://twitter.com/mangelriego)



LinkedIn

La red profesional

LinkedIn es la red social por excelencia para dar a conocer a nivel profesional. Es por ello que si estás en búsqueda activa de empleo te conviene prestarle especial atención a tu perfil y todas las posibilidades que nos ofrece a la hora de darnos a conocer y promocionar nuestra marca personal.

Con el objetivo de optimizar las posibilidades de uso de esta red social, voy a dividir la información en dos partes: por un lado, la referida a la **creación del perfil**, y la segunda sobre la **interacción y promoción** del mismo.

Creación del perfil en LinkedIn

Crear un buen perfil en LinkedIn es una de las mejores inversiones de tiempo que puedes hacer en estos momentos, tanto si estás en búsqueda activa como si no.

El perfil de LinkedIn es muy similar a un currículum tradicional, con algunas diferencias. Por eso tener un currículum actualizado te resultará muy útil para crear el perfil.





Titular perfil profesional: Lo primero que tienes que hacer al crear tu perfil es pensar en su titular. Esta es una cuestión muy importante ya que cuando los reclutadores están buscando candidatos utilizan palabras claves para buscar los perfiles. Así, si por ejemplo un reclutador está buscando una persona con un perfil de Recursos Humanos, introducirá como palabra clave RRHH y le saldrán todos aquellos profesionales que en su titular tengan indicada la palabra RRHH.

Es habitual encontrarse con perfiles que en el titular indican “profesional de _____ en búsqueda activa”. El hecho de que estés en búsqueda activa no es un dato relevante a indicar en el titular profesional. Lo importante es llamar la atención del reclutador y el hecho de que indiques que estás en búsqueda activa no aporta ningún valor especial y hay reclutadores que ya sólo por eso pueden decidir descartarte como candidato válido.

Conviene tener en cuenta que LinkedIn es un inmenso escaparate en el que hay muchos profesionales: algunos en búsqueda activa y otros no. Si a un reclutador le parece interesante tu perfil, contactará contigo y te preguntará si estás interesado en un determinado puesto, no siendo relevante, en un primer momento, si estás trabajando ó no. Además debemos ser realistas: hay empresas que todavía piensan que un candidato que no se encuentra en activo no aporta lo mismo, ¿por qué perder la oportunidad de que un reclutador lea tu perfil completo?.



Foto: La foto es muy importante. Ten en cuenta que es prácticamente lo primero que ve cualquier persona que abre tu perfil. Por eso es importante que la foto que pongas sea adecuada al ámbito profesional; es preferible que sea de frente, con ropa formal y que se te vea aseado. Si puede ser sonriendo, mejor.



- ✦ **Datos personales, identificativos, de contacto:** Una vez tengas definido el perfil de tu titular profesional, cumplimentarás los datos identificativos como nombre y apellidos así como datos de contacto: email, twitter, teléfono de contacto, mensajero instantáneo (Skype) y el teléfono. Estos datos son opcionales pero cuantos más medios para poder comunicarse contigo, mejor de cara a posibles propuestas profesionales. Ten en cuenta que los datos estén actualizados en caso de que cambies de email de contacto ó teléfono.

En este apartado también es posible indicar si tienes un sitio web personal o un blog, de tal manera que quien acceda a tu perfil puede pinchar en el enlace y verlo directamente.

En este primer apartado aparece también el **link de tu perfil público** de LinkedIn, perfil que es accesible para todo el mundo sin necesidad de tener una cuenta en esta red profesional y que puedes añadir en forma de enlace en tu currículum en papel, por ejemplo. Este link es personalizable con tu nombre y apellidos si así lo deseas y resultará mejor en un currículum ó incluso a la hora de recordarlo ya que por defecto el link es una combinación alfanumérica bastante larga.


- ✦ **Extracto profesional:** Una vez que tienes este primer apartado cumplimentado puedes indicar algunas líneas en tu extracto. Se trata de incluir tus objetivos, trayectoria, intereses profesionales de manera breve, a modo de resumen del currículum, de tal manera que el reclutador que lo lea se haga, en un vistazo, una idea de tu perfil. Por eso es importante que sea claro, conciso y atractivo. Si al reclutador le interesa lo que pones, se detendrá a leer el resto de la información en el perfil con lo que no es necesario que sea largo ni detallado.

Algo que diferencia a LinkedIn de un currículum profesional es la posibilidad de subir archivos y enlaces que muestren tu trabajo (puede ser un enlace a un blog, un video de Youtube, un documento en Prezi, en Slideshare...)





Cuanta más información sobre tu trabajo puedas añadir a tu perfil, más posibilidades hay de que tu perfil se diferencie del resto ya que de lo contrario se convertiría en una extensión más de tu currículum en papel.

Este tipo de información es muy apreciada y valorada por los reclutadores ya que les permite poder hacerse una idea más detallada del perfil del candidato y de sus capacidades.










 **Experiencia:** Se trata de indicar tus experiencias profesionales, de forma cronológica, yendo de la más reciente a la más antigua. En este caso, si la información de tu currículum está actualizada, puedes hacer un corta y pega. Aquí también puedes añadir enlaces y archivos que muestren tu trabajo ó en los que hayas colaborado.

Trata de que la experiencia sea detallada sin llegar a ser muy extensa ya que los reclutadores leen muchos currículum al cabo del día y no por poner mucha información va a significar que vas a tener más posibilidades.

 **Calificaciones de pruebas:** Tienes la posibilidad de indicar los resultados de pruebas que hayas realizado ó de curso y que consideres relevantes con tu trayectoria profesional.

 **Proyectos:** Puedes indicar todos aquellos proyectos y/ó colaboraciones en los que hayas participado y que sean relevantes a nivel profesional. En este apartado puedes indicar la URL del proyecto para que sea accesible a todo el que visite tu perfil e indicar también aquellas personas con las que hayas colaborado.



-  **Certificaciones:** En este apartado puedes señalar si tienes algunas certificación especial que te habilite para realizar un determinado trabajo.
-  **Organizaciones:** Si perteneces a alguna organización profesional, puedes indicarlo en este apartado.
-  **Aptitudes y conocimientos:** Este apartado es muy interesante ya que permite indicar aquellas habilidades que tengamos relacionados con nuestra profesión. Lo más llamativo es que los usuarios de LinkedIn pueden validar estas aptitudes de tal manera que son como pequeñas recomendaciones sobre tus habilidades.
-  **Educación:** Se trata de indicar tu formación, yendo de la más reciente a la más antigua. Al igual que en los otros apartados, puede subir un archivo y/o un enlace sobre esa formación en concreto.
-  **Intereses:** Este apartado es donde podrías incluir tus aficiones, pero prescinde de aquellas que no aporten valor.
-  **Consejos para contactar con...:** En este apartado puedes señalar tu disponibilidad, tipo de oportunidades en los que estés interesado...
-  **Publicaciones:** En el caso de que publiques algún artículo en una revista, periódico, puedes señalarlo aquí.
-  **Reconocimientos y premios:** Si has obtenido algún premio relacionado con tu actividad profesional, puedes indicarlos.
-  **Patentes, voluntariado y causas benéficas:** Puedes indicarlo también en el perfil.



Interacción y promoción del perfil

LinkedIn se basa en la creación de una **red de contactos** amplia y diversa que te permita poder conectar con personas afines a tus intereses profesionales.

Es por ello que a la hora de establecer contactos defines una **estrategia** para evitar tener en tu red un grupo numeroso de contactos que no te aportarán oportunidades profesionales al estar muy alejados de tus intereses laborales.

No se trata de tener contactos por tener. Y no por tener muchos contactos vas a tener más posibilidades, especialmente si no son afines a tus intereses laborales.

A la hora de añadir contactos a tu red de LinkedIn conviene que decidas con qué tipo de personas te gustaría interactuar y a partir de ahí lanzarte a buscar esos perfiles y mandarles un mensaje pidiendo que te acepte.

Te sugiero que cuando mandes el mensaje a un futuro contacto, le señales los motivos por los que quieres tenerle en la red. Olvídate del mensaje tipo que tiene LinkedIn, personalízalo y demuéstrale por qué merece la pena tenerte en su red de contactos. De esta manera te aseguras que un gran número de contactos te acepten, ya que de lo contrario puedes encontrar con que archiven tu petición, ignorándola.

Una vez que la persona te haya aceptado como contacto, debes mandarles un mensaje de agradecimiento, para comenzar a interactuar con el/ella.

Uno de los grandes atractivos de LinkedIn es la posibilidad de participar en los numerosos **debates** que se están generando continuamente. Para ello necesitas entrar, y en algunos casos que te acepten como miembro, de los numerosísimos **grupos** que hay.



Los grupos suelen estar clasificados por intereses profesionales, con lo que sólo tienes que ir al **directorio de grupos** e indicar en palabra clave, aquella materia en la que estés interesado.

A la hora de seleccionar el grupo al cual unirse debes tener en cuenta el tamaño de éste así como la actividad que tenga. Si el grupo es muy numeroso puedes encontrarte saturado de debates ó que los que tu plantees pasen desapercibidos.

Si el grupo tiene poca actividad, la interacción será muy poca con lo que habrá pocos debates en los que participar.

¿Por qué te conviene participar en los debates?

Por una sencilla razón: porque de lo contrario tu perfil será **invisible** para los reclutadores y el resto de los miembros de LinkedIn, limitándote las posibilidades de generar oportunidades profesionales.

Los reclutadores no van a entrar a tu perfil en masa, salvo que les digas que estás ahí y que puedes aportar contenido de valor. Y la mejor manera de hacerlo es proponiendo debates y participando en los de los demás.

Ten en cuenta, además, que cualquier debate ó comentario que hagas aparece en tu perfil en el apartado de actividad. Con lo que si un reclutador entra en tu perfil y quiere más información, sólo tiene que seguir el rastro que has ido dejando en forma de actividad en los debates. Esto es lo que realmente interesa a los reclutadores ya que da información diferencial sobre los candidatos, sobre sus valores, sus ideas, opiniones.... Información que en un CV en papel es muy difícil de ver.



Algunos errores a evitar

Es habitual que al contactar con un reclutador sientas la tentación de mandarle tu *currículum* y explorar las posibilidades de una oportunidad profesional. Es poco aconsejable realizarlo nada más añadirle a tu red ya que puede sentir que tu único objetivo es hacerle llegar tu CV. Aunque realmente ese sea tu objetivo, puedes hacerlo de forma más sutil, interactuando en algún debate con él y dándote a conocer.

Abrir un debate ofreciéndote como profesional ó diciendo que buscas trabajo, que visiten tu perfil.... Es de las acciones más ineficaces y que peor imagen pueden darte de cara a los reclutadores. Muestra desesperación y poco conocimiento de la red. Ten en cuenta que la red se basa en la aportación de contenido de valor.

Tener un perfil invisible o con escasa ó nula actividad. Este tipo de perfiles te darán pocas oportunidades de encontrar una propuesta laboral ya que pasará desapercibido para los reclutadores.

Isabel Iglesias



isabeliglesiasalvarez.com



es.linkedin.com/in/isabeliglesiasalvarez



[@isa_iglesias_al](https://twitter.com/isa_iglesias_al)



Twitter

La red del *#hashtag*

Muchos te dirán que a Twitter se viene a aplicar técnicas del marketing viral y de mega difusión repetitiva para dejar tu poso. Twitter visto de ese modo, sería una red endogámica, “yo cuento, tu cuentas, el cuenta, yo te retuiteo, tú me retuiteas, yo te sigo, tú me sigues...” todo sería pues mono-direccional, y es cierto que por desgracia son muy pocos los usuarios que hacen de Twitter un lugar donde aportar ideas y mejorar profesionalmente. Desde el punto de vista anterior, Twitter generaría únicamente “*charlatanes 2.0*” y no hay nada que produzca más rechazo en un profesional dedicado a la selección de personal que un “*charlatán*”.

Así que si en Twitter, eres un “*charlatán 2.0*”, olvídate de mover tu perfil en esta red para encontrar empleo. Los psicólogos y sociólogos que contratan a gente, te ven como un candidato que pierde su tiempo en hablar y hablar, y poco trabajar. Es por ello que debes esforzarte en la medida de lo posible en mostrar ejemplos de tu forma de trabajo, esos ejemplos de trabajo que puedes enseñar en Twitter son un blog, un canal en Youtube, una web propia, una comunidad en Google Plus, un grupo moderado por ti en LinkedIn, etc.

Sin un camino previo, no hay estrategias que valgan, no hay objetivos de marketing, no te engañes, cuanto antes te lo diga alguien, antes saldrás de la espiral de coleccionismo de *followers* que tanto impera en esta red.



Todo aquel que te hable de conseguir más *followers* con tus tuits de forma mono-direccional, te está vendiendo una mentira.

Sinceramente la mejor manera de iniciarse en Twitter es leer, leer mucho, escuchar a otros y recopilar toda la información útil dentro del “*Tsunami de Infoxificación*” que puede llegar a ser. Para esto existen herramientas como DIGG, Evernote, Delicious, Scoop.it...; que te sirven para clasificar la información recibida e ir filtrando.

Recuerda esta frase de Alfonso Alcántara @yoriento que resume claramente lo que aquí comento:

“No llegues a las redes esperando convertirte en un profesional, sé un profesional que usa las redes”

Sígueme que yo te sigo

Llegamos a uno de los puntos espinosos de Twitter, *¿debo seguir a todas y cada una de las cuentas que me siguen?*. Son muchas las opiniones al respecto de esto, cada uno tiene su propia opinión pero parece obvio que hacer caso a las opiniones de tuiteros de la talla de Enrique Dans @edans nos puede dar pistas sobre ello.

Atent@s a su opinión:

“Lo normal en Twitter es ser completamente asimétrico, seguir a quien te interesa independientemente de que te siga o no, mientras que practicar la simetría siguiendo a todo aquel que te sigue a ti suele ser una practica identificada con el spam o con el uso por parte de agencias y medios de comunicación.”

Enrique Dans
(Profesor de Sistemas de la Información en la IE Business School)




Lo que está claro es que si no seguimos a todas las cuentas que nos siguen podemos perdernos un feedback muy interesante sobre nuestros contenidos, y sobre los intereses, problemas y comentarios de las personas que han depositado su confianza en nosotros pulsando el botón de seguir.

Buscar empleo en Twitter

Parece de locos, entre tanto tuit, tanto famoso contando sus saltos a la piscina de una cadena de televisión privada, tanto futbolista hablando de su desayuno o de su siesta... Pero sí, en Twitter se puede buscar empleo y es más, en Twitter se puede encontrar empleo.

Para buscar empleo en Twitter sólo tienes que dominar dos conceptos de esta red social:

- a) El hashtag (o etiqueta): #
- b) Las listas

 **Respecto al hashtag**, has de ser lo más específico posible y luego ir “reduciendo zoom”. Me explico... si te vas a la barra de búsqueda que aparece en tu perfil de Twitter, puedes realizar búsquedas avanzadas utilizando las etiquetas o hashtags que creas conveniente.

Ejemplo: #empleo #peluquero #Madrid


Yo he hecho esta prueba y lo mejor que he encontrado es un link a un muro de Facebook, en el que se veía una foto de septiembre de 2012 en la que aparecía el típico cartel de una peluquería buscando un peluquero y poniendo el número de teléfono móvil para contactar.



Esto es a lo que me refiero con ofertas ocultas. Esta oferta no ha sido publicada en ningún portal de empleo o en un periódico, sino que ha sido proporcionada por personas que han creído conveniente publicarla a modo de fotografía en su perfil de redes sociales.

Si sencillamente quitamos de la combinación, la etiqueta #Madrid, el resultado de búsqueda cambia y aparecen más ofertas. Esto es “reducir zoom”.

Recientemente salió a la luz un estudio realizado por la cuenta @pirendo en el que se decía que la mayoría de usuarios en Twitter utilizan más el hashtag #empleo que el hashtag #trabajo, esto quiere decir que las ofertas de trabajo se publican en Twitter muchas veces bajo la primera etiqueta #empleo y no bajo la etiqueta #trabajo, por lo tanto la combinación de ambas, a la hora de realizar una búsqueda nos dará un mayor número de ofertas.

 **Respecto a las listas.** Hay muchos usuarios en Twitter que tienen listas con cuentas que ofrecen empleo. Normalmente las personas que se dedican a la orientación laboral disponen de este tipo de listas, aunque sinceramente, nada mejor que hacerte tú una propia. Para ello tendrás que hacer dos cosas: buscar con el doble hashtag: #trabajo #empleo (a la vez o por separado) e ir filtrando qué cuentas ofrecen trabajo que a ti te interese. Y una vez has agregado unas cuantas, observa el número de seguidores que tiene cada cuenta, porque esto puede determinar si es una cuenta que ofrece ofertas fiables o simplemente está desactualizada o abandonada.

Un Truco, existen listas públicas y listas privadas. Los usuarios que incluyen en listas privadas no reciben notificación alguna de su inclusión en las mismas y no aparece en ningún lado que les hayas incluido en alguna lista. De esta manera puede seguir a perfiles que te aportan puntos de vista diversos sin que aparezcan en tu listado de personas a las que sigues.



Errores habituales

El Ciber-buscador utiliza Twitter de una forma poco convencional, lo que hace es mandar mensajes a usuarios de cuentas que no sigue pidiendo un Re-tweet de su mensaje desesperado: *“Hola soy Antonio, soy chapista y busco empleo de lo que sea, por favor RT.”*

Este tipo de prácticas son de todo menos recomendables. Si alguna vez te incitan a esto, diciendo que así se busca empleo en Twitter, te estarán engañando vilmente.

Analiza estas 7 prácticas habituales y erróneas en tu búsqueda en Twitter:

1. Introducirse en todas las plataformas y herramientas que le comentan.

Es un gran error darse de alta en todas y cada una de las herramientas que a uno le van comentando, y diré el porqué; un buscador de empleo no tiene porque tener: Google+, Twitter, Facebook, Tuenti, LinkedIn, Xing, Viadeo, Pinterest, perfiles en Infoempleo, en Infojobs, en Monster... porque sino al final lo que no tendrá será tiempo, además de no tener empleo.

Mejor conocer en profundidad una o dos redes sociales, por ejemplo: Twitter y LinkedIn, mejor tener el perfil en uno o dos buscadores de empleo: Infoempleo o Infojobs y otro.

Y de forma adicional y sin consulta diaria, utilizar otra de las herramientas que he comentado anteriormente.



2. Creer que una red de contactos es un lugar donde pedir.

Una red de contactos generada en Twitter, no es un lugar donde yo sólo pido, y no apporto. Es decir, no es un sitio donde yo entro cuando busco empleo, y cuando lo encuentro no hago ni caso a los que un día fueron mis ciber-amigos del alma. Porque lo normal será que dejen de ser mis contactos, cuando me pidan ellos algún favor y los ignore.

3. Intentar dominar todos los canales, todas las herramientas de monitoreo de Twitter.

Abrirse cuentas en Tweetdeck, en Socialbro, en Hootsuite, en Ifttt, Gamisfaction... Vale, muy bien, ¿y para qué?. Si eres Administrativo, Comercial, Arquitecto... *¿Ahora te vas a pasar a Community Manager?...* Esas herramientas son muy técnicas, y requieren de tiempo, de dominio y de paciencia para aprender a usarlas. Usarlas no está mal, pero para un tipo de buscador/a muy concreto que es aquel que quiere trabajar en medios de comunicación o en empresas que utilizan redes sociales para vender o publicitarse.

4. No planificar su escritorio virtual o sus páginas de inicio en el navegador.

Esta escena es clarificadora... Se levanta por la mañana, enciende el ordenador, y lo primero que hace es meterse en Twitter... pasada una hora ha estado leyendo su *"time-line"* y lo único que ha sacado en claro es: *"1. que hay demasiado gente experta en todo en Twitter y 2. que hay gente interesada en vender su moto en Twitter"*.

Esto no es buscar empleo, esto es perder el tiempo... Planifica tu escritorio en tu navegador, ancla servicios como LinkedIn, Infojobs y webs de empresas que oferten empleo como las ETT, y abre todas esas aplicaciones a la vez cuando enciendes el ordenador.

Luego con tu agenda en papel o el "Evernote" abierto, ve haciendo un trabajo de seguimiento, de chequeo.



¿Esto es aburrido?, ¿no?, claro, como buscar empleo en la calle, es igual de aburrido, en este caso no es que vayas puerta por puerta en un polígono, sino que tienes una “*ciberciudad*” con muchas puertas a tu alcance a las que tocar... ¿Sólo tocas una?... No, todas.

5. Pensar que con la ciber-búsqueda es suficiente.

Abro mi ordenador un lunes por la mañana, me meto en Infojobs, me meto en LinkedIn, abro el Twitter, hago contactos, leo cosas, las retuiteo... Y *¿qué hay de la búsqueda tradicional? ¿No vas a mirar algún periódico convencional?, a veces traen anuncios con empleo, ¿no vas a ver en La 2 “Aquí hay trabajo”?, programa que ofrece cada mañana a las 9.30 muchos empleos.*

6. Alejarse de la realidad laboral y del mercado de trabajo.

Es muy común que alguno de los buscadores que en su día comenzaron a hacer labor de networking en Twitter, Facebook o Google Plus, se hayan convertido en un fenómeno mass-media, con miles de seguidores, porque ahora además de buscar empleo opinan sobre deporte, política, tecnologías y la propia búsqueda de empleo. Entraron en su día para encontrar un empleo, pero han encontrado una comunidad virtual en la que hay gente que les ríe las gracias, les marca sus tweets como favoritos y su “*ciber-ego*” crece cada día. Pero... *¿Has encontrado ya empleo?* Tu objetivo era buscar empleo, no hacerte un ciber-twittero popular. Ese nicho de mercado está muy saturado.

“Pero se me da bien hablar en público, soy dinámico, hablo mucho en las redes y la gente me sigue y respeta”... Ok, ya has hecho una cosa muy importante, te has labrado una Reputación 2.0. y has dado pasos para tener una marca personal. Pero ahora toca “trabajar”, hacer aquello que sabes, de verdad, ya sea cortar pelo, vender coches, hacer carteras con bricks de leche reciclados, etc.



Por lo tanto, aprovecharé todas esas herramientas multimedia que domino y todos esos contactos para mejorar en mi profesión, para enseñar a hacer mi profesión con videotutoriales, con una web personal donde enseñe a cortar el pelo o a hacer carteras con bricks de leche, y dejaré el asunto reputación en un segundo plano, porque ya lo domino y ya sé qué hacer para mantenerla.

7. Olvidarse de la formación continua y de la mejora de su perfil.

Se aprenden muy rápidamente los mecanismos de funcionamiento de Twitter son “*sota, caballo y rey*”, por eso son adictivos, y por eso hay que cortarlos de vez en cuando y dedicar tiempo a mejorar nuestra formación continua con cursos en la red, o presenciales, con otras formaciones que me puedan dar instituciones públicas o privadas. De nada sirve tener reputación online y no tener perfil, y viceversa, de nada sirve tener mucha formación y experiencia si no te vendes un poco o si no eres visible donde otros lo son.

Eduardo Moreno



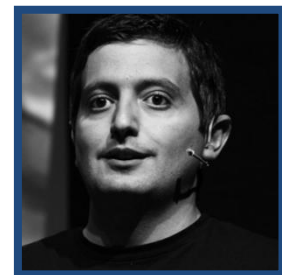
edulcoro.com



es.linkedin.com/in/eduardomorenoromero



[@edulcoro](https://twitter.com/edulcoro)



Sabina Serrano

Facebook, ¿Red personal o también profesional?


Decir que se encuentra empleo en las redes sociales es muy fácil, pero lo cierto es que hay que hacer las cosas bien para sacarles el máximo partido. En Facebook se puede encontrar empleo y para ayudarte a conseguirlo hay ciertos pasos o acciones que debes llevar a cabo. Para hacerlo más fácil primero te daré información sobre tu perfil de Facebook y después sobre la búsqueda de empleo en Facebook.


Tu perfil en Facebook

Antes de nada, debes saber que muchos seleccionadores buscan en Internet a los candidatos tanto si han recibido su *currículum* como si no. Estar localizable y ser rápidamente identificado como un experto o profesional determinado puede hacer que contacten contigo. Pero tu perfil también puede hacer que te descarten de una oferta, por las imágenes o contenido del mismo. De ahí la importancia de comenzar cuidando tu perfil.

Lo primero es tener un perfil para lo cual tendrás que registrarte. Hay dos opciones: usar el mismo perfil para tu vida personal y como escaparate, o tener dos perfiles separados.



 **Nombre del perfil:** En el caso de tener el mismo perfil para todo, el nombre del perfil debe ser el tuyo real, nada de apodos o nombres graciosos. En configuración de la cuenta podrás cambiar el nombre que muestra tu perfil y personalizar la URL para hacerlo más profesional y de ese modo que coincida con tu nombre. Si tienes dos perfiles separados, el profesional o público deberá tener tu nombre y apellidos y el de amigos decidas tenerlo público o privado no debería ser tu nombre y apellidos para que puedas poner en él lo que quieras sin preocuparte que pueda encontrarlo el seleccionador.

 **Fotografías:** La fotografía del perfil y la portada deben ser profesionales, ni dibujos animados, ni tu bebé, ni tus pies, ni esa foto de parejita feliz, etc.


No tiene por qué ser la foto típica de carnet con el fondo blanco, pero si es importante que salgas tu solo en la foto y que se pueda ver tu cara (las poses para mostrar músculo o cuerpo no son adecuadas, a menos que busques empleo de modelo).


Tampoco tienes que salir con traje o muy formal, pero que la ropa que muestres sea o esté en consonancia con el empleo que buscas. Si es un empleo dónde debes ir con traje y corbata no salgas en chándal en la foto, simplemente una camisa sería suficiente en ese caso.


En tu perfil de amigos, que no debe tener tu nombre real porque si no de nada sirve el perfil profesional, puedes poner todo lo que quieras, ya que para no perder oportunidades laborales es mejor que el perfil profesional sea eso, profesional.



Otra de las recomendaciones que puedes configurar en el perfil es quién te etiqueta en las fotos. En el caso de que algún amigo publique esas fotos de la fiesta del fin de semana podrás saberlo, autorizarlo o no. También puedes decidir que cada foto o un álbum de fotos completo sean privados o públicos.

 **Formación y experiencia profesional:** Trata de completarla al máximo, puedes añadir tareas y funciones en la descripción de cada experiencia, añadir proyectos, poner las fechas, la ciudad dónde trabajaste o estudiaste. Esta parte bien confeccionada puede ampliar la información del *currículum* que quizá tenga el seleccionador. Otra gran ventaja es que si la empresa en la que has trabajado está en Facebook con un clic puede saber mucho sobre la empresa en la que has trabajado.

 **Publicaciones:** Mi recomendación es que tengas dos perfiles separados, siempre evitarás realizar publicaciones “públicas” sin darte cuenta. Pero también puedes tener el mismo perfil para todo, en ese caso cuando quieras publicar un contenido tienes que elegir si solo lo pueden ver tus amigos o es algo que quieres que sea público. No es muy difícil acostumbrarse a seleccionar según el contenido y de ese modo asegurarte de que quieres que se vea y que no. Por ejemplo las fotos con tu familia puedes ponerlas solo para amigos y esa noticia o artículo de tu sector o profesión ponerla de forma pública para que cualquier seleccionador pueda verlo.

 **Privacidad:** Aunque lo que suele hacer todo el mundo es poner la configuración de seguridad, de modo que nada sea visible, hay partes de tu perfil que te interesa sean públicas y las pueda ver el seleccionador.



Puedes configurar la visibilidad en los apartados de tu biografía para mostrar por ejemplo tus empleos, los estudios realizados y dónde vives (la ciudad) datos que son de interés para el seleccionador.

Realmente Facebook permite delimitar mucho qué quieres que sea visible y qué no, lo cual permite tener los dos perfiles en uno solo y controlar de ese modo qué información quieres que vea cualquier persona y qué es privado.



Ver como...: Para comprobar qué es lo que estás mostrando de tu perfil puedes seleccionar la opción “Ver como...” que aparece al lado del botón “registro de actividad” que muestra tu portada. Puedes buscar otros perfiles para ver qué están mostrando y tratar de verlos como si fueras un seleccionador ¿te gusta lo que ves? ¿Contratarías a esa persona?

Es un ejercicio muy bueno que te permite después analizar lo que se muestra en tu perfil público y de ese modo puedes tener ideas sobre que mostrar u ocultar del mismo.

Cuestión de actitud

Uno de los grandes beneficios de Facebook es que permite saber (si no se ha cuidado el perfil) qué actitud tiene una persona ante el trabajo, la vida, etc. Hay muchos profesionales que no han sido llamados a entrevista por el contenido de sus perfiles.



Debes tener en cuenta que si pones como pública una foto, eso incluye los comentarios sobre la misma. Leer en un perfil críticas y quejas de forma continua puede hacer que no te llamen. Ver que hablas mal de tu anterior empresa, jefe, compañeros, etc. (por mucho que lo merezcan) tampoco te ayudará a conseguir empleo. Mucho menos aún si escribes en mayúsculas (es sinónimo de gritar) o si dices palabrotas y atacas a otras personas.

Nadie quiere contratar a personal conflictivo, desmotivado o infeliz.

Temas Tabú

Hay temas que es mejor no poner de modo público, todo lo relacionado con política, sindicatos, religión, sexualidad, etc. Obviamente tu eres quién eres y puedes opinar lo que te parezca, pero la recomendación es para protegerte ante posibles discriminaciones. Nunca puedes estar seguro de qué partido político, religión, etc. es quién visita tu perfil por lo que es mejor no mencionarlos. Puedes ser un gran profesional con tus creencias y opiniones pero el seleccionador puede creer que esas creencias y opiniones van a hacer que hagas un mal trabajo.

Usar Facebook para buscar empleo

Ya tienes listo el perfil, pero ahora hay que hacer un buen uso de Facebook y de tu perfil para poder encontrar empleo.



1. Localizable y visible

Cuando ya tienes listo el perfil debes activar que sea posible la búsqueda del mismo en Internet. En la configuración de privacidad podrás hacer que los buscadores te muestren (Google, Yahoo, Bing, etc.) y esto facilitará que seas localizado por seleccionadores.

2. El buscador

Facebook tiene un buscador para localizar personas, grupos, empresas... y también empleos. Puedes poner varias palabras clave y después filtrar por personas, grupos...

Algunas palabras clave para el buscador además del nombre de tu profesión o puesto de trabajo: empleo, *currículum*, CV, desempleo, trabajo, vacante, oferta de empleo, oferta de trabajo, entrevista, entrevista trabajo, entrevista empleo, contrato de trabajo, experiencia, sector____, formación, trabajador, estudios.

3. Los grupos

Hay grupos en los que se publican ofertas de empleo y se comparte información también sobre la búsqueda. Pueden ser de mucha utilidad para localizar ofertas de empleo. También tienes la posibilidad de crear un grupo de apoyo a la búsqueda de empleo con amigos o conocidos cuya finalidad sea la de compartir noticias, informaros del tipo de empleo que estáis buscando y de ese modo compartir anuncios u ofertas de trabajo entre vosotros de forma privada.

4. Siguiendo empresas y reclutadores

Algo muy útil y que pocos hacen es buscar las empresas del sector o de su interés, por posibilidades de tener un puesto como el que buscas. Un modo muy rápido de estar en contacto con ellas es hacerte fan del perfil de empresa. Si no tienen perfil de empresa y están usando el perfil de persona (un error algo habitual) igualmente puedes darle a añadir amigos.



Si no quieres darle a me gusta o amigos, algunas páginas permiten la opción de “seguir”, pero lo que si tienes siempre disponible es la opción de añadirlas a tus listas de interés.

5. Las listas

Tanto si has dado a “me gusta” o “añadir amigos”, como si no lo has hecho, siempre podrás organizar las empresas o profesionales de selección dentro de una misma lista para que sea más rápido y fácil el detectar novedades o posibles ofertas. Hay muchas empresas que publican en su muro de facebook sus vacantes y por lo tanto estar pendiente de ellas es siempre una buena opción y a solo un clic de distancia.

Al pinchar en “Inicio” facebook nos muestra en el lado izquierdo una columna y en ella podemos seleccionar al lado de “AMIGOS” la opción “Más”. Aquí es donde puedes crear las listas. Crear una lista llama empresas e ir añadiendo a todas las que son de tu interés te permitirá en un solo clic ver todas las novedades de todas las empresas sin necesidad de ir entrando una a una.

Desde el perfil de cualquier empresa o persona puedes seleccionar el incluirla en tu lista y elegir en cuál de ellas añadirla si por ejemplo tienes separadas a las empresas de los profesionales de selección.

6. Las Aplicaciones

Desde el buscador usando las palabras clave puedes elegir filtrar los resultados por aplicaciones. Cada vez hay más aplicaciones para buscar ofertas de empleo. Algunas tienen más usuarios que otras, pero vale la pena mirarlas una a una y escoger las más acordes con tu búsqueda. Puede que no tenga aún muchos usuarios pero si ofertas publicadas.



7. Careers at Facebook = Empleo

Existe un buscador de ofertas de empleo en Facebook, pero actualmente solo permite buscar empleo en Madrid y resto de países, todavía no han mejorado esta herramienta, pero si estás buscando empleo en el extranjero puedes encontrar ofertas de empleo usando esta opción.

Para acceder debes ir al pie de página de Facebook y pinchar en “Empleo”. Se abrirá la página en la que podrás seleccionar el país o ciudad y escribir las palabras clave del puesto que buscas en inglés hay más resultados que en Español.

Lo más valioso en un perfil es que este esté actualizado y comparta contenido sobre la profesión que se busca, tener un perfil de facebook a modo de escaparate inactivo, no aporta mucho valor al seleccionador. Si tienes un blog o web, puedes añadirlo a tu perfil y compartir las actualizaciones que hagas en el mismo, sino seguro que hay muchos grupos y blogs con información interesante para ti como profesional, compartir estos contenidos te muestra al día y pendiente de mejorar como trabajador.

Recuerda, lo más fácil para decidir si incluir algo o no, es pensar si te gustaría que eso lo viera tu jefe, ¡aunque aún no tengas uno!

Sabina Serrano



mejorartucv.com



es.linkedin.com/in/sabinaserrano



@Mejorartucv



Sabina Serrano

Google +

La gran desconocida


Google + es una red social que está creciendo cada vez más y que como suele pasar con las redes sociales, su crecimiento es exponencial. Antes de que se popularice su uso por el resto de Internautas, puede ser una gran ventaja el usar esta red social para encontrar empleo y hacer que te puedan localizar. Hoy en día muchas oportunidades surgen por tener una adecuada presencia en Internet. Para algunos decir Internet es sinónimo de decir Google, quizá sea un poco la influencia de ser el buscador más utilizado.


Tu perfil en Google +

Como sabes muchos seleccionadores buscan en Internet a los candidatos tanto si han recibido su *currículum* como si no. Estar en Google + con un perfil actualizado y completo es ganar puntos en el posicionamiento. Llamamos posicionamiento al puesto en el que una persona o empresa aparece cuando se hace una búsqueda en Google o Internet relacionada con su ámbito de profesión o especialidad.




Estar localizable y ser rápidamente identificado como un experto o profesional determinado puede hacer que contacten contigo y si el tener el perfil completo en Google + ayuda pues mejor que mejor. Lo primero es tener un perfil para lo que tendrás que registrarte, si ya tienes un email de Gmail es más rápido, pero en cualquier caso es muy sencillo de hacer.




 **Nombre del perfil:** Debe ser el tuyo real, nada de apodos o nombres graciosos.

 **Fotografías:** La fotografía del perfil y la portada deben ser profesionales y acordes con el tipo de empleo que estás buscando. Si eres un diseñador gráfico, por qué no mostrar tu habilidad con una “foto” tuya creada por ti o una portada con algún ejemplo de tu trabajo.

Funciona de forma similar a Facebook por lo que puedes tener álbumes de fotos para mostrar todo lo que pueda ser relevante para el seleccionador.

 **Sobre mí:** Trata de completarlo al máximo, puedes añadir educación, empleos, un eslogan o frase que te represente, enlaces a tu blog, LinkedIn, etc. En la experiencia profesional es importante que completes las tareas y funciones en la descripción de cada experiencia ya que esta parte es tener la información del CV disponible. Algo a tener en cuenta es incluir palabras clave sobre tu profesión o puesto de trabajo en tu perfil, de ese modo facilitarás que te encuentren los seleccionadores.



-  **Publicaciones:** Puedes compartir enlaces, vídeos, fotos, etc. sean creados por ti o no. Lo que más valor aporta es que sean contenidos tuyos propios, pero quien no se atreve con un blog, también puede destacar por ser bueno encontrando artículos de interés. Lo mejor de Google + es que te permite decidir quién quieres que vea una publicación. Puede ser pública o que solo la vean las personas que has añadido a tus círculos.
-  **Tus círculos:** Son los contactos que tienes, pero te permite agruparlos por interés, etc. de ese modo a tu familia puedes compartirle las fotos de la comunión y que nadie más tenga acceso a ellas.
-  **Privacidad:** Puedes elegir qué quieres que sea visible y qué no. Algo muy útil es mostrar tus +1, los +1 son como los “me gusta” de facebook y es útil pues viendo lo que te ha gustado el seleccionador se puede hacer una idea de ti. Es importante que si deseas mostrar eso, tengas cuidado o selecciones los +1 que das y tratar de que la mayoría esté relacionado con el empleo que buscas ya que eso te hará parecer más profesional.

Puedes configurar la visibilidad en la configuración de Google + y escoger “ver como” público o una persona en concreto para para comprobar qué es lo que estás mostrando de tu perfil.

Usar Google + para buscar empleo

Ya tienes listo el perfil, pero ahora hay que hacer un buen uso de Google + y de tu perfil para poder encontrar empleo.



1. YouTube

Uno de los grandes beneficios de Google +, es el de YouTube, los vídeos siempre aportan más. Las personas prefieren ver un vídeo a leer, pero ojo con el vídeo. Muchos son tentados de hacer un vídeocurrículum en el que mencionan exactamente lo que dice su *currículum*. Eso no aporta valor pues el seleccionador ya ha visto tu *currículum* o puede tener acceso a esos datos si confeccionas bien el perfil. ¿Qué aporta valor y es potente? Que te muestres como profesional, lo ideal sería poder tener un vídeo tuyo en “acción” trabajando en ese empleo que desees.

Si estás desempleado puedes crear vídeos dónde expliques tus conocimientos a modo de mini-tutoriales, donde seas tú el experto. No estás regalando nada, muestras lo que conoces y si transmites esa idea de experto en el tema y profesional seguramente te llamen para que apliques todo eso que mencionas en el vídeo en su empresa.

2. Hangouts

Lo más innovador en Redes Sociales, poder interactuar en directo con otras personas, podrías tener una entrevista de trabajo incluso mediante un Hangout. El potencial está nuevamente en realizar Hangouts con otros profesionales o en el que tú des respuesta a preguntas relacionadas con tu profesión. Ya sé... todo el mundo le tiene miedo o respeto a la cámara, pero realmente es una muy buena herramienta.

3. Las comunidades

Facebook y LinkedIn tienen los grupos. En Google + estos se llaman comunidades. Existen comunidades en las que se comparte empleo y esas son las que más te interesa seguir por supuesto, pero también todas aquellas que te mantengan actualizado sobre lo que es tu profesión también son importantes.



Hay otras comunidades que comparten consejos sobre la búsqueda de empleo, los curriculums, las cartas, las entrevistas, etc. tiene un buscador para localizar personas, grupos, empresas... y también empleos. Puedes poner varias palabras clave y después filtrar por personas, grupos...

Algunas palabras clave para el buscador de comunidades además del nombre de tu profesión o puesto de trabajo: empleo, *currículum*, CV, desempleo, trabajo, vacante, oferta de empleo, oferta de trabajo, entrevista, entrevista trabajo, entrevista empleo, contrato de trabajo, experiencia, sector____, formación, trabajador, estudios.

4. Siguiendo empresas y reclutadores

Un modo muy rápido de estar en contacto con ellas es entrar en su página de empresa de Google + y darle a seguir, de ese modo podrás estar informado sobre la misma (novedades, vacantes, etc.) Si no tienen perfil de empresa y están usando el perfil de persona (un error algo habitual) igualmente puedes darle a añadir a tus círculos para mantenerte en contacto con esa empresa.

Ahora que las sigues o incluso las tienes en círculos podrás compartir aquello que te beneficie con todas aquellas empresas o personas objetivo, es decir, aquellas que pueden darte el trabajo que deseas.

Sabina Serrano



mejorartucv.com



es.linkedin.com/in/sabinaserrano



@Mejorartucv



Víctor Candel

El proceso de Selección

Si ya has conseguido atraer la atención de un reclutador y seducirlo a través de tu *currículum Social*, ahora es el momento de preparar tu entrevista y culminar el objetivo que te habías marcado, conseguir el empleo.

De nada te servirá el esfuerzo realizado buscando ofertas de empleo en la web, enviando tu candidatura, creando y potenciando tu marca personal, interactuando con otros profesionales en redes sociales... si finalmente no te preparas para afrontar con éxito la entrevista.

Primer contacto con el reclutador

Durante la fase de preselección, el primer contacto que mantendrás con el reclutador es generalmente **a través de una llamada telefónica**, en la que intentará determinar si reúnes los requisitos clave del puesto, además de intentar conocer algunos aspectos más superficiales de tu personalidad.



Éste habrá realizado previamente una búsqueda exhaustiva de tu rastro en la red. Más del 80% de los profesionales de selección en España buscan en internet información acerca de sus candidatos, intentando verificar los datos incluidos en tu *currículum*, buscar referencias o conocer otros aspectos sobre ti como tus intereses, hábitos, formas de interrelación, niveles de lenguaje o actitud proactiva.

Un único consejo para superar este filtro del proceso de Selección, concéntrate en el mensaje del entrevistador realizando una escucha activa, intenta conseguir captar su Atención, despertar su Interés, causar en él el Deseo de saber más sobre ti (no desveles toda la información interesante de tu candidatura) y transmite un mensaje que le conduzca a concertar una entrevista presencial.

También es posible que ese primer contacto con el reclutador, se produzca a través de algún comentario en un blog, debate en LinkedIn, un tweet, una petición de amistad o de conectar a través de cualquier red social. Cada vez más, las empresas buscan en la red al mejor talento para incorporar a sus proyectos, por lo que usan herramientas *Social Media* como fuente de reclutamiento para interactuar y vincularse con posibles candidatos que encajen con puestos clave de la organización. Es en este punto, donde adquiere cierta importancia tu visibilidad en la red y tu reputación digital, gracias a ella causarás un efecto de atracción o de rechazo para el reclutador.

Independientemente de la forma en la que haya contactado el entrevistador contigo, debes tener claro que si se han puesto en contacto contigo es porque están interesados en ti.



La Entrevista

Llegó el momento de la ansiada entrevista, momento de demostrar que eres el candidato idóneo que busca el entrevistador, momento de poner de manifiesto que tu perfil competencial es el requerido, donde las expectativas generadas a través de tu *currículum Social* deben ser demostradas al reclutador, momento de acreditar que no sólo tienes una imagen de profesionalidad en la red, sino de que realmente eres un profesional con mayúsculas.

Cuando un candidato se presenta a una entrevista no suele conocer de antemano qué tipo de entrevistador lo entrevistará. La evaluación de la idoneidad de tu candidatura para el puesto, puede ser realizada por distintos tipos de entrevistadores, por lo que debes tener presente que no es lo mismo realizar una entrevista con un especialista de selección externa a la empresa (consultor), un profesional de Recursos Humanos corporativo que trabaja internamente para la empresa, un miembro o superior jerárquico del puesto al que postulas o con el propietario de la empresa. También debes tener en cuenta la edad del entrevistador, la madurez de éste marcará el tipo de entrevista, no te verá con los mismos ojos un entrevistador joven que uno más maduro.

Desde hace unos años son cada vez más habituales las entrevistas mixtas, combinación de las **entrevistas tradicionales o curriculares** (que se centran únicamente en indagar sobre los conocimientos, la experiencia previa y los puestos desempeñados por el candidato) y las **entrevistas por competencias** (centradas en intentar predecir e identificar las competencias profesionales, personales e interpersonales, conductas y actitudes que puedan llevar a un candidato al desempeño con éxito del puesto ofertado).



Debido a esto, sería conveniente intentar conocer información relevante sobre el puesto al que postulas, como las funciones a realizar o competencias que se requieren. En muchas ofertas de empleo vienen descritas dichas competencias, aunque también puede servirte como referencia, las recomendaciones de LinkedIn de trabajadores que hayan desempeñado ese mismo puesto (en dichas recomendaciones suelen incluirse las competencias que hicieron que esa persona desempeñara su puesto de trabajo con éxito) o los “Estudios de Remuneración por puestos de trabajo y sector” elaborados y publicados por empresas especializadas en Recursos Humanos.

Los conocimientos para desempeñar un puesto de trabajo se pueden adquirir, pero las competencias son más difíciles de desarrollar, por lo que la mayoría de empresas busca a candidatos con estas cualidades innatas o con potencial para desarrollarlas. Es lo que diferencia a un candidato frente a otros con experiencias profesionales o titulaciones similares.

Por otro lado, los procesos de selección en la empresa nacen con una vocación de éxito y de eficiencia inherente a la actividad empresarial. Bajo esta premisa las empresas tienen en cuenta que uno de los factores que inciden decisivamente en dicho éxito es la adecuación de los procesos a la **cultura y valores de la empresa**, por lo que a la hora de definir las técnicas que se van a utilizar en el proceso de selección, la empresa realiza previamente un ejercicio de identificación de esos valores. ¿Y qué quiero decir con todo esto?, muy sencillo, que es importante que intentes conocer, a través de antiguos o actuales empleados de la empresa, como es trabajar en ella y cuales son algunos de sus principios, normas, políticas y reglamentos.



10 aspectos a tener en cuenta en una entrevista

No voy a enumerar en este punto, los típicos consejos que encontrarás en cientos y miles de artículos que circulan en la red: *no critiques a tus anteriores jefes, no llegues tarde, no preguntes por el salario... bla,bla,bla...* Prefiero enumerar otro tipo de aspectos que quizás puedan parecer irrelevantes, pero que sin embargo no lo son para un entrevistador.

1. Cuidado con las preguntas que use el entrevistador para romper el hielo:

Por muy inocente, relajada o informal que parezca cualquier pregunta, todas pueden tener una doble intencionalidad, no subestimes el poder de preguntas triviales.

2. Observa la disposición de las sillas antes del inicio de la entrevista:

Este aspecto te dará información sobre el grado de formalidad que tendrá la entrevista y el tipo de perfil del entrevistador. Una disposición frontal de las sillas con una mesa que las separa, denota que el entrevistador intentará adoptar una posición dominante sobre el entrevistado, buscando marcar las distancias. La disposición de las sillas alrededor de una mesa circular te dirá que el entrevistador busca un ambiente relajado en la conversación, intentando dar una sensación de igualdad. Y una disposición informal (sin la barrera de una mesa) hablará de una actitud cercana por parte del entrevistador, y de que se trata un profesional que da mucha importancia a la comunicación no verbal del candidato.



3. Reformulación positiva de tus respuestas:

Contesta de forma positiva a las preguntas del entrevistador, es decir, argumenta tus respuestas de forma positiva transformando los aspectos que el entrevistador pueda considerar negativos, debido a sus posibles prejuicios o creencias.

4. Cuida tu comunicación no verbal:

En una entrevista, tu cuerpo debe transmitir el mismo mensaje que tus palabras, cuida tu mirada, expresión facial, tono de voz... Ten en cuenta incluso la distancia corporal que delimitas con el entrevistador, ya que ésta aporta información acerca de tu **personalidad**.

5. Rechaza educadamente las preguntas que invadan aspectos íntimos de tu vida privada:

Estas preguntas suelen evaluar tu control emocional y tu discreción. Deja claro que no puedes ni debes responder a ese tipo de preguntas, pero que puedes confirmarle que eres una persona comprometida e implicada con tu trabajo y que ni tu situación familiar, ideología política, ni religión son aspectos relevantes para la realización del mismo.

6. Tú también tienes que realizar preguntas al entrevistador:

Los candidatos que no hacen preguntas pueden ser percibidos como personas sin habilidades de comunicación, poco interesados en la oferta de empleo y/o la empresa, o interesados únicamente en un salario.



7. Da lo mejor de ti mismo, cree en ti y ten confianza:

Olvida al resto de candidatos del proceso, para dar lo mejor de uno mismo no hay que competir contra nadie salvo con uno mismo.

8. El reclutador espera sinceridad y honestidad:

Sé tú mismo pero usando el sentido común: Ser uno mismo, a veces no corresponde con las aspiraciones que tenemos o con el contexto en el que nos encontramos, por esto insisto en que debemos poner unos límites. Como dice Claudio Fernández-Araoz: *“Una entrevista de trabajo es una conversación entre dos mentirosos”*, irónico pero en parte es cierto, ¿se puede considerar una mentira al hecho de omitir información?. Generalmente ni un entrevistador ni un candidato revelarán, durante la entrevista, aspectos negativos de uno mismo o del puesto o la empresa.

9. No pierdas la naturalidad:

Aunque hayas preparado previamente la entrevista, redactando las respuestas a posibles preguntas que te podrían realizar, nunca debes perder tu naturalidad. Si en algún momento se deja de proyectar esa imagen de naturalidad, el entrevistador podría pensar que todo es una gran mentira y que intentas interpretar un papel que se aleja de cómo eres realmente.

10. Tu actitud, intereses y motivaciones son importantes:

Una entrevista es mucho más que una conversación para evaluar tu experiencia profesional, tus habilidades o tus competencias, requiere conocer tus intereses y motivaciones. Evita caer con tu actitud en el rol del elocuaz, del silencioso, del perfecto, del impermeable... este tipo de actitudes harán que seas descartado casi inmediatamente. Los entrevistadores buscan personas motivadas, entusiasmadas...



Y después de la entrevista qué...

Una vez que el entrevistador tiene toda la información relevante de los distintos candidatos que han participado en el proceso de selección, llega el momento clave en el que el entrevistador sintetizará todos los datos recogidos en las distintas etapas del proceso y hará un pronóstico sobre el ajuste de los distintos candidatos a los requerimientos del puesto.

La interpretación de estos datos es una tarea compleja y da lugar a un informe de evaluación de cada candidato donde se comparan los niveles de conocimiento y competencias deseables para el puesto con los identificados en el candidato. A continuación, toca decidir cuál es la persona idónea y actualmente con la gran competencia laboral existente, el entrevistador se encuentra con la situación de que puede haber más de un candidato adecuado.

Es por esto por lo que, en el plazo de 24 horas después de la entrevista, debes escribir una **carta o correo electrónico de agradecimiento**, en el cual puedes agradecer el tiempo invertido en atenderte, reiterando tu entusiasmo por continuar en el proceso de selección e indicando que tras la conversación mantenida durante la entrevista estas aún más interesado en el puesto y en la empresa.

¿Y qué ganarás redactando una carta de agradecimiento? En primer lugar diferenciarte del resto de candidatos (no es una práctica muy extendida) y en segundo lugar y más importante, establecer una nueva línea de comunicación con el entrevistador, la cual puede derivar en obtener una respuesta en relación a la situación en la que se encuentra el proceso, y si has sido descartado o no del mismo.



En el caso de ser **descartado**, analiza cuales han podido ser los motivos por los que no has sido seleccionado, intentando identificar posibles errores, para no repetirlos en la próxima entrevista. También deberías tener en cuenta que has podido quedar finalista en el proceso, sin tú saberlo, por lo que existe la posibilidad de que el entrevistador vuelva a ponerse en contacto contigo si el candidato seleccionado no supera el periodo de prueba o cuando surja una nueva vacante que se ajuste a tu perfil.

En el caso de ser **seleccionado**, ¡Enhorabuena!, abandonas un arduo trabajo, el de buscar empleo, para incorporarte a realizar nuevas funciones y a adquirir nuevos conocimientos.

Algo importante que no debes olvidar, aunque hayas encontrado un empleo no dejes de cultivar y ampliar tu red de contactos, cuidar tu marca personal 2.0 y seguir formándote.

Víctor Candel



victorcandel.com



www.linkedin.com/in/victorcandel



[@jecanpa](https://twitter.com/jecanpa)







Autores



Víctor Candel Ingeniero Técnico Agrícola por la Universidad Miguel Hernández, postgrado en Áptitud Pedagógica por la Universidad de Murcia y Máster en Dirección de personal y Gestión de Recursos Humanos por ENAE Business School. Es Técnico de Selección y de Formación, con más de diez años de experiencia en la gestión y desarrollo de personas. Autor del blog www.victorcandel.com en el que habla principalmente sobre Reclutamiento 2.0 y cómo afrontar con éxito las diferentes fases de un proceso de selección.



Isabel Iglesias Licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid, Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos por el Centro de Estudios Financieros de Madrid y Máster en Programación Neurolingüística (PNL). Actualmente desempeña el puesto de Human Resources Manager, siendo además profesora colaboradora de la Universidad de Alicante y Coach ejecutivo certificada por AECOP. Autora del blog www.isabeliglesiasalvarez.com en el que habla sobre Recursos Humanos y Coaching.



Eduardo Moreno Diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III de Madrid, Máster en Gestión e Investigación de la Comunicación Empresarial y Máster en Asesoría Jurídico-Laboral por la Universidad Rey Juan Carlos. Es docente de Educación Secundaria en la especialidad de Formación y Orientación Laboral. Autor del blog www.edulcoro.com en el que habla sobre orientación profesional adaptada a la realidad del contexto socio-económico actual y Empleo 2.0.



Miguel Ángel Riesgo tiene un Executive Master en E-Business por el IE Business School y es licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, además de diplomado en Informática de Gestión. Autor del blog profesional www.miguelangelriesgo.com, en el que habla sobre empleo 2.0 y marca personal, así como de gestión de equipos humanos. Colabora con *Infojobs* en su blog sobre orientación laboral, en la "escuela de comerciales", y en *Bloguismo* en su sección de empleo. Ha trabajado durante los últimos 7 años como Sales Manager en Infojobs.



Sabina Serrano ha sido responsable de RRHH en empresas multinacionales, siendo especialista en Reclutamiento y Selección. Licenciada en Psicología por la Universidad de Valencia y Máster en Dirección de personal y Gestión de Recursos Humanos por ENAE Business School. Es fundadora de www.mejorartucv.com, el blog de actualización diaria para quienes desean mejorar sus habilidades en la búsqueda de empleo y donde además ofrece servicios de asesoramiento personalizado.