



Red de Contactos:

Consejos, ideas y trucos
para conseguir empleo en el 2015

InfoJobs
Let's work!

InfoJobs
Let's work!

Índice

00	Prólogo	5
01	Que piensen primero en ti, cuando busquen a alguien de tu perfil José Luis Orihuela	6
02	Cómo saber en qué sobresales. Sobresalir ya no es un lujo, es una necesidad Guillem Recolons	8
03	Redes sociales: tecnologías del empoderamiento y la participación Dolors Reig	12
04	Networking 2.0: deja de buscar empleo y empieza a conocer gente Alfonso Alcántara	14
05	¿Realmente estás desempleado? Belén Claver	18
06	Tu red de contactos: consejos prácticos para comenzar a crearla Elena Huerga	22
07	Cómo enfrentar el <i>networking</i> Iñaki González	25
08	Sin red de contactos sólo accederás al 20% del empleo Cèlia Hil	29
09	Marca personal para la mejora profesional Eduardo Moreno	31
10	Cómo sacar el máximo provecho a la red de Contactos de InfoJobs	35

A person wearing a blue button-down shirt and a watch is sitting at a dark wooden desk. Their arms are crossed. In front of them is a silver computer keyboard and a black smartphone lying on the desk. The background is a light-colored wooden wall.

InfoJobs ahora es Social
Let's Work!

Prólogo

Hace 12 años que me incorporé al equipo de InfoJobs como Director Comercial. En ese momento era una empresa que luchaba por hacerse un hueco en el mundo de los anuncios clasificados del empleo. La gran diferencia que presentaba respecto del resto de las compañías era que las otras usaban el papel como soporte. En ese momento InfoJobs apostó por internet.

Nuestro nuevo enfoque trajo ventajas, tanto para quienes buscaban empleo, como para las empresas que reclutaban personas. Entre estos beneficios destacaban el acceso a más oportunidades y talento, rapidez, dinamismo y ahorro de costes.

En ese momento InfoJobs supo aprovechar las tecnologías emergentes para innovar, reimaginar y transformar el mercado del reclutamiento en España.

Hoy la revolución en el mundo del empleo ya está aquí. Los cambios sociales y tecnológicos, concentrados en los últimos años, han afectado y modificarán para siempre el ecosistema del empleo y el mercado laboral.

- La irrupción de las redes sociales
- El explosivo crecimiento de los teléfonos inteligentes y los dispositivos móviles
- La economía colaborativa
- La crisis económica que ha dejado España con una tasa de paro del 22%

Cuatro datos ilustran mejor cómo estos cambios han afectado el mundo del empleo:

- En España hay más de 17 millones de personas que utilizan alguna red social
- Más del 50% de las personas que visitan InfoJobs lo hace desde un dispositivo móvil
- En septiembre de 2008 había en InfoJobs 80.000 ofertas de empleo activas. La crisis rebajó esta cifra a 27.000

La combinación de estos factores ha provocado un importante cambio en los hábitos de las personas, que buscan una mayor capacidad de relación, ubicuidad e inmediatez. En buena medida, **las redes sociales han venido a satisfacer esta demanda con nuevos espacios**, nuevas formas de comunicación, relaciones y oportunidad de proyección personal. La búsqueda de empleo es una actividad social.

Las redes sociales ofrecen posibilidades, no sólo para los que buscan empleo activamente, sino también para los que están abiertos a nuevas oportunidades, los que desean desarrollarse, los que quieren experimentar y los que ambicionan crecer en reputación o marca personal.

En este marco, la red de Contactos abre un mundo de posibilidades infinitas tan amplio que, sin una buena guía y sin consejos para principiantes y avanzados, puede resultar muy fácil perderse y no sacar todo el partido que se abre ante nuestros ojos.

Aprender cómo construir la red de contactos desde cero; cómo darle un buen uso; cómo proyectar nuestro perfil personal y profesional; cómo aprovecharla al máximo; cómo orientar nuestras acciones a los objetivos que nos hemos planteado; y cómo optimizar el tiempo que le dedicamos, es sólo una parte de lo que encontrarás en este libro.

Hemos reunido expertos en orientación laboral, profesores de comunicación, psicólogos y maestros de las redes sociales para que nos expliquen cómo las personas pueden sacar ventaja y aprovechar de la mejor manera posible su red de contactos.

Estos mismos consejos, buenas prácticas y orientaciones son las que hemos intentado aplicar a InfoJobs, añadiendo una capa social a todas nuestras funcionalidades. Lo que buscamos es que **las personas puedan hacer uso de una red profesional para encontrar contactos en las empresas que les interesan.**

Queremos relacionar los objetivos de las personas con las oportunidades laborales que existen dentro de su red y que, además, puedan mantenerse al día de las tendencias del mercado en su sector.

Hace 16 años InfoJobs apostó por internet. Hoy seguimos apostando por las personas y los beneficios que pueden obtener de su red de contactos.

InfoJobs ahora es Social.
Let's Work!



Jaume Gurt
Director General de InfoJobs

Que piensen primero en ti cuando busquen a alguien de tu perfil



JOSÉ LUIS ORIHUELA

Profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, conferenciante y escritor. Estudia el impacto de la innovación tecnológica sobre los medios y los modos de comunicación.

 @jlori

<http://www.ecuaderno.com/>



Construir una buena red de contactos es una empresa laboriosa y permanente, que exige prestar atención a la gente, escucharla, dedicarle tiempo para descubrir y cultivar intereses comunes.”

Toda la cuestión acerca del desarrollo de la identidad digital, el establecimiento de una buena red de contactos y la aportación de valor en las redes como estrategias para mejorar las oportunidades profesionales **puede resumirse en un viejo concepto de mercadotecnia conocido como *top-of-mind awareness*.**

Identidad digital y marca personal

Al igual que ocurre con las marcas de productos y servicios, que primero recordamos cuando pensamos en un sector, también **las identidades digitales que construimos en las redes sociales acaban configurando marcas personales que nuestros contactos recuerdan u olvidan en función de la visibilidad que hayamos conseguido.**

Una marca personal visible, memorable y prestigiosa constituye una base de oportunidades y también un escudo protector de indudable valor, tanto en épocas de prosperidad, como en tiempos de crisis. Nuestra red de contactos es también una red de protección que en cualquier momento puede salvarnos, incluso la vida.

Construir una buena red de contactos es una empresa laboriosa y permanente, que exige prestar atención a la gente, escucharla, dedicarle tiempo para descubrir y cultivar intereses comunes. **Las redes que se van tejiendo en torno a nuestra identidad digital son también el resultado de los contenidos que compartimos y del valor que con ellos aportamos.**

El valor de los vínculos

Hemos aprendido, tanto con la Web primigenia como con la Web social, que los vínculos (antes sólo enlaces, ahora también contactos) tienen valor, pero no deben comprarse. Los vínculos de calidad primero hay que ganarlos y luego hay que mantenerlos. **La “amistad”, en las redes sociales es un acuerdo transitorio para intercambiar información.** Es un tipo de vínculo que puede romperse cuando la relación deja de aportar valor a una de las partes.

La visibilidad de una marca personal en las redes sociales no puede obtenerse al precio del *spam* o de la saturación, prácticas que dañan irremediablemente el prestigio porque se convierten, precisamente, en lo memorable asociado a la marca.

Cuidar los vínculos no consiste sólo en aportar valor, sino también en respetar el tiempo vital de nuestros contactos. La frecuencia de publicación que no conoce pausa, incluso en el caso de contenidos de calidad, también acaba saturando.

La importancia del perfil

La construcción de la identidad digital, nuestra marca personal en las redes sociales, comienza con la configuración de nuestro perfil. Por ello debes considerar estos consejos básicos:

1. El nombre de usuario, la fotografía del avatar y la descripción biográfica deben servir para resolver de forma contundente las dudas básicas de un usuario que nos encuentre: ¿quién eres? y ¿por qué debería seguirte?
2. Aprender a representarnos y a describirnos en las redes sociales es un proceso que pasa, en buena medida, por entender el tipo de necesidades que podemos resolver a nuestros contactos potenciales y el modo en el que esos usuarios formulan sus consultas.
3. Las palabras clave que incluimos en el perfil para describirnos deberían escogerse desde el punto de vista del usuario que pretendemos que nos encuentre.
4. En las redes sociales de *networking*, en las que los perfiles del usuario se formulan en campos muy detallados, la posibilidad de ser encontrados depende, en buena medida y entre otros factores, de la exhaustividad con la que hayamos completado los diversos campos de nuestro perfil.

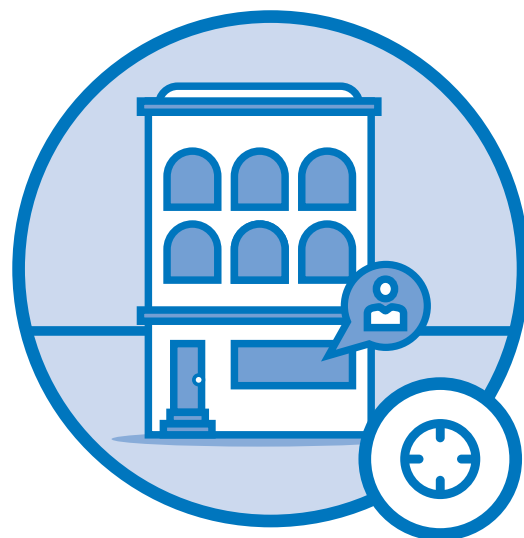
Conseguir seguidores

El hacer crecer la propia comunidad se ha convertido en una de las obsesiones de los usuarios intensivos de las redes sociales, a partir del equivocado establecimiento de una relación directa entre cantidad de seguidores e influencia.

Hay que decirlo una vez más: **en las redes sociales la influencia no depende directamente de la cantidad de seguidores sino de la calidad de sus propios vínculos.** La influencia tiene que ver con la capacidad de modificar las actitudes o el comportamiento de la gente y tiene vigencia en ámbitos muy concretos (en aquellos sobre los que tenemos autoridad). Por eso interesa construir redes bastante focalizadas e integradas, a su vez, por usuarios influyentes. Aumentar el número de seguidores de calidad es un objetivo razonable, pero requiere un trabajo constante de producción y difusión de contenidos de calidad, es decir, aportar valor de forma regular.

Finalmente, cabe recordar que las redes sociales, siendo poderosas, no son mágicas. También hay que cultivar, en el mundo físico, vínculos de calidad. **Tener buenos amigos vale la pena.**

Cómo saber en qué sobresales. Sobresalir ya no es un lujo, es una necesidad



GUILLEM RECOLONS

Personal Branding Strategist & lecturer.

 @guillemrecolons

<http://www.soymimarca.com>

<http://guillemrecolons.com>



Necesitamos potenciar nuestra marca con un objetivo claro y conciso: encontrar empleo, y no cualquier empleo, sino aquel en que podemos aportar más y hacer valer nuestra diferencia.”

El mundo se acerca a los 7.300 millones de personas, así que ser conocido y posteriormente reconocido puede parecer una quimera cuando es una necesidad. **Antes de darte a conocer a los demás debes conocerte algo mejor a ti mismo.** Aquí te enseñaré una técnica muy simple para detectar en qué sobresales.

Nuestra formación nos puede ayudar a entender cuál es nuestro campo de experiencia, pero para saber en qué sobresalimos necesitamos investigar un poco más y preguntar a los demás. Eso, que puede parecer una obviedad, es un esfuerzo que hacemos muy pocas veces o nunca, y nos puede dar las claves de nuestra diferencia y relevancia.

Es una encuesta que debes realizar en tu entorno más cercano: familiares, amigos, compañeros de instituto, universidad, colegas de trabajo, colaboradores, clientes, mentores. La pregunta es sólo una: **¿Cómo me definirías en una palabra?**

Por experiencia sabemos que definir a alguien con una palabra obliga a concentrarse en una fortaleza especial, en una propuesta de valor. También sabemos que es difícil utilizar una única palabra para definir a una persona, así que lo más probable es que aparezcan tres o cuatro. Mucho mejor.

Una vez recogida la información (recomiendo utilizar las Google Forms de Drive, muy prácticas), busca y analiza las coincidencias; así sabrás con mucha certeza en qué sobresales.

Cómo comunicar mi potencial, el mensaje personal y cómo hacerlo visible

Ya conoces tu potencial, aquello en lo que sobresales. Ahora se trata de construir tu mensaje personal y después hacerlo visible.

Para construir el mensaje debes tener en cuenta una de las claves de Daniel H. Pink en su libro *Las aventuras de Johnny Bunko (Empresa Activa, 2008)*: No se trata de nosotros. En efecto, el mensaje tendiente únicamente a hablar de lo buenos que somos no funciona. En su lugar, debemos ponernos en la piel de alguien que pudiera contratarnos y pensar **¿Qué saldrá ganando esta empresa si me contrata?** En efecto, la propuesta de valor va por delante de nuestra experiencia. *Me llamo Juan Pérez y estoy seguro de que se puede sacar un mayor rendimiento de su departamento de logística y, por consiguiente, de su empresa. He trabajado en compañías como la suya con buenos resultados, ¿quiere que hablemos?*

La estructura del mensaje personal sería la siguiente:

- Nombre**
- + En qué puedo ayudar**
- + Cómo lo avalo (en qué sobresalgo + experiencia)**
- + Datos de formación**
- + Acción**

Es importante no olvidar utilizar siempre la propuesta de valor (en qué puedo ayudar o en qué saldrá ganando la empresa cuando cuente conmigo) lo antes posible. La mayoría de los CV no se leen debido a la falta de claridad en este aspecto.

Para comunicar, la clave es la personalización. No podemos lanzar nuestra oferta con un megáfono, y las redes sociales son un megáfono peligroso. En su lugar, vale la pena dirigirse a personas concretas y personalizar el mensaje. ¿Más laborioso? Seguro, pero ¿a qué reclutador le interesa una oferta genérica? A pocos.

¿Cómo potenciar mi marca en una red con el objetivo de encontrar empleo?

Ahora necesitamos potenciar nuestra marca con un objetivo claro y conciso: encontrar empleo, y no cualquier empleo, sino aquel en que podemos aportar más y hacer valer nuestra diferencia. En este caso, tanto el entorno offline como el online ofrecen excelentes posibilidades de localizar a personas y empresas concretas y personalizar mensajes.

Un primer paso en la red será identificar a empresas en las que nos gustaría trabajar. Necesitamos entender afinidades. A veces, leyendo cuál es la misión, visión y valores de una compañía nos podemos identificar con ella. Miremos nuestro entorno: ¿Qué empresas se encuentran cerca de nuestro radio de influencia, que puedan presentar debilidades que nosotros podamos solventar con nuestro trabajo? Una vez identificadas las empresas, se pueden identificar a los responsables de RRHH y eso es posible hacerlo en una red social para profesionales.

Para potenciar nuestra marca existen muchas herramientas, pero las online nos ofrecen mayor exposición, y además de forma permanente.

Por orden de eficacia, **el blog personal es sin duda el mayor potenciador de marca**, ya que si está bien planteado y gestionado, será la primera información que encuentren sobre nosotros en un buscador como Google. El blog nos permite destacar lo que creamos más interesante sin la obligación de seguir un formato pre-establecido. Nos permite crear formularios de contacto, controlar el número, tiempo medio y procedencia de visitas...

Le sigue de cerca LinkedIn, una red profesional americana que incluye tres apartados clave:

1. El titular profesional, que debe coincidir con las búsquedas de los reclutadores. Por ejemplo, si eres director comercial dilo muy claramente, y no pongas en su lugar “en busca activa de empleo” ya que ese no es en absoluto tu titular profesional.
2. El extracto, que permite detallar con precisión nuestro mensaje personal, añadiendo si es necesario imágenes, presentaciones en PDF o vídeos. Ahí es donde debe figurar que buscas empleo.
3. Las aptitudes, que pueden ser validadas por nuestros contactos sin necesidad de escribir un texto de recomendación. No olvidemos que la marca personal es lo que dicen los demás de nosotros, así que cuando alguien valida nuestras aptitudes está ayudando a configurar nuestra marca.

Siguiendo, yo colocaría a YouTube (sólo en caso que sepamos comunicar muy bien frente a una cámara), Twitter y el resto.

Cómo comunicarme con mi red de contactos

Nos falta una pieza clave: **nuestros contactos**.

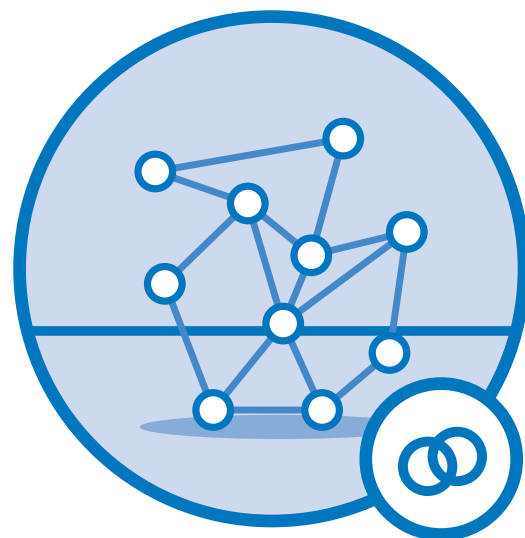
Ellos son nuestros socios clave en la aventura de buscar trabajo.

La mejor forma de contactar con ellos NO es con mensajes desperados de “busco trabajo”. Debes hacerles ver tus competencias para que puedan recomendarte mejor. Si escribes en un blog, pídeles que se suscriban para estar a la última. Si decides prescindir del blog, comparte los mejores contenidos de la red para ayudar a transmitir informaciones de valor. También puedes validar sus competencias en alguna red de *networking*, esperando que se produzca cierto retorno. Y trata de dedicar tiempo a opinar en foros de debate o grupos para comunicar tu posicionamiento profesional.

Ya has avanzado mucho. Sabes en qué sobresales y también has construido tu mensaje personal. Has identificado a tus empresas preferidas y has creado canales de comunicación y posicionamiento para que quienes te busquen encuentren lo que tu quieres. Ahora sólo te falta sacarle partido a tu red de contactos. ¡Adelante!



Redes sociales: tecnologías del empoderamiento y la participación



DOLORS REIG

Psicóloga social, conferenciante, consultora, profesora en distintas universidades, empresas, organizaciones y eventos. Autora de Socionomía (Ed. Deusto).

 @dreig

<http://www.dreig.eu/caparazon>



Cuando creamos una red de contactos potente estamos trabajando en la denominada inteligencia colectiva. Nos potenciamos unos a otros si estamos conectados.”

Utilizo a menudo la metáfora de las redes sociales como la plaza del pueblo. Como un nuevo espacio de reunión e intercambio de informaciones entre seres humanos, que conserva muchas de las características de los lugares de encuentro tradicional y que añade otras importantes.

Una de las características ya conocidas, pero que amplía su importancia en tiempos de redes sociales virtuales, es la que el sociólogo Granovetter describe en su teoría de “*La fuerza de los vínculos débiles*”, de 1973. La idea es que **nuestras vidas dependen en mayor medida de vínculos y relaciones “débiles”** con gente con la que se tiene poco contacto e implicación emocional y no tanto de los lazos más fuertes, como pueden ser los que nos unen a nuestra familia o amigos.

En el tema que nos ocupa, dependemos mucho de los vínculos débiles en ámbitos como la búsqueda de trabajo o el desarrollo de distintos proyectos laborales. **Hablamos de la necesidad de crear y cuidar nuestra red de contactos**, aquella que nos permitirá, no sólo aprender de la comunidad profesional de nuestro interés, sino también crearnos un lugar en la misma.

Más fuertes en las redes

Las redes de contactos profesionales forman parte del espectro de lo que algunas veces en la web **El caparazón** o **Socionomía** he llamado **TEP** (Tecnologías del Empoderamiento y la participación). Concepto que nos habla del potencial de las TIC para hacernos más fuertes y participativos (empoderarnos), en este caso, en el mercado laboral. Propiciando que formemos parte de comunidades profesionales “desde los límites”, estando vinculados a ellas solamente desde las redes.

En mi caso, las redes sociales, el blog y demás han sido mi plataforma de lanzamiento. El lugar desde el que he participado en mi comunidad profesional y he evolucionado en mi área hasta poder desarrollar mi tarea de forma autónoma.

Creación y mantenimiento de redes

Para aumentar nuestro valor profesional debemos hablar de la creación y mantenimiento de redes: Twitter, Facebook, LinkedIn, InfoJobs, blogs y similares. Si bien la red de elección depende de los intereses profesionales de cada uno, resulta interesante estar en las mencionadas:

- **No se trata solamente de crear un perfil en las redes**, sino también de hacer un uso proactivo de las mismas, aportando de forma constante informaciones de valor profesional a nuestros contactos.
- **Al crear nuestras redes buscaremos seguir y conseguir que nos sigan** (mediante el aporte de los contenidos de valor que mencionábamos) los posibles empleadores, expertos en la materia, compañeros de estudios o colegas de profesión.

Se habla en el entorno de *social media*, de que la mejor estrategia para mantener actualizadas nuestras redes es el **marketing de contenidos**. La idea es generar valor en forma de contenidos para la comunidad profesional en la que queremos participar. Desde esta perspectiva las cosas que debemos potenciar son:

- **Postear** informaciones actuales y relevantes sobre nuestro ámbito que puedan interesar a nuestro posible empleador.
- **Escribir** buenas entradas de blog, que resuman lo esencial de un tema y se transformen en recursos para los responsables de nuestro sector.
- **Filtrar** de entre las muchas informaciones que recibimos constantemente, esas que son esenciales, ahorrando tiempo y esfuerzos a cualquier profesional en la materia.

Si nos ponemos en la piel del reclutador o del empleador, observar cómo el posible candidato actualiza las redes les aporta información de mucho valor sobre el potencial grado de implicación en su puesto de trabajo. Es mucho lo que se puede aprender en las redes sociales cuando se usan de forma profesional, tanto que resultaría extraño que un buen profesional no aprovechara la ocasión.

Redes como fuente de aprendizaje

En general, cuando creamos una red de contactos potente estamos trabajando en la denominada **inteligencia colectiva**. Nos potenciamos unos a otros si estamos conectados. Se trata de cómo este tipo de redes puede servirnos también para **aprender y filtrar las informaciones y conocimientos relevantes** en nuestro sector. La figura tradicional, en este caso, es la de las “**comunidades de práctica**” de las que nos hablan autores como *Wenger*. Se definen como “*grupo de personas que comparten un interés, un conjunto de problemas, o una pasión sobre un tema, y quienes profundizan su conocimiento y experiencia en el área, a través de una interacción continua que fortalece sus relaciones*”.

Se trata de un concepto que antes se desarrollaba solamente dentro de empresas u organizaciones, resultando difícil que el futuro empleado o candidato pudiese participar en la gestión del conocimiento interna de éstas. Hoy, sin embargo, desde nuestras redes de contactos podemos aprender e influir desde fuera, dándonos a conocer y, sobre todo, manteniendo nuestros conocimientos actualizados a través de la conexión con los profesionales de la comunidad.

En resumen, **la red de contactos supone una oportunidad única y distinta de aprendizaje basada en compartir, participar, aprender y enseñar en comunidad, durante toda la vida.**

Networking 2.0: deja de buscar empleo y empieza a conocer gente



ALFONSO ALCÁNTARA

Editor de Yoriento.com y conferenciante en empleo y empresa 2.0.
Coaching de directivos en marca profesional y productividad.
Conferenciante en empleo y empresa 2.0.
Consultor de negocio digital en @walnuters
y director de RRHH en @medianet.

 @yoriento

<http://www.yoriento.com>



Si eres un buen profesional, la visibilidad y las relaciones acabarán llegando. El mejor *networking* es más *working* que *net*.”

El *networking* es inevitable. Es la gestión eficiente de tu red de contactos personales y profesionales para ayudarte a conseguir los objetivos que te propones. Las técnicas de *networking* pueden aplicarse en entornos convencionales y también en internet.

Networking es tanto una herramienta como una actitud imprescindible para la reinversión profesional, el desarrollo de la carrera, la búsqueda de empleo y la gestión de negocios.

Es, sin duda, la mejor técnica que deben aplicar de forma continua las empresas y las personas para encontrar oportunidades profesionales y clientes. Es la razón por la que le doy tanto espacio en Yoriento.com. Es el método de reclutamiento más utilizado por las empresas para buscar a sus trabajadores. No son las empresas quienes buscan a los candidatos y les contratan, ¡son las mismas personas que trabajan en esas compañías!

18 ideas valiosas sobre *networking* y habilidades sociales

1. VALORA. Visita los perfiles sociales y los blogs de las personas y profesionales que te interesan para compartir sus contenidos y ofrecerles opinión y reconocimiento. **Usar el botón ‘me gusta’ mejora tu vida porque hace más agradable la de los demás.**
2. PRIORIZA. No tenemos tiempo para más. Debes elegir a qué profesionales y contactos dedicar tu tiempo. **“El 90% de la comunicación la realizamos con menos de 20 personas” (@SebasMuriel, directivo de la red social Tuenti).**
3. ACEPTA. No te centres en pedir, céntrate en sumarte a lo que otros profesionales ya están haciendo. Encuentra la colaboración y los puntos y beneficios en común. **No se trata de lo que tú necesitas, sino de lo que los demás quieren darte.**
4. NO CRITiques. Un consejo no solicitado puede suponer una crítica. Da opinión sólo a las personas que te la pidan y que sabes que la valorarán. **“Corrige al sabio y lo harás más sabio. Corrige al necio y lo harás tu enemigo” (proverbio chino).**
5. CREA REPUTACIÓN ONLINE. El *networking* hace que se sobrevoloren a los profesionales más sociales, pero eso no debe ser una excusa sino una obligación para los que no lo son. **Para parecer profesional, también deberás ser profesional en parecerlo.**
6. ATRÉVETE. No esperes a sentirte con confianza para hacer *networking*, haz *networking* para sentirte con confianza. **“Nos dan vergüenza cosas que, a lo mejor, nos darían negocio” (@ristomejide).**
7. ENFÓCATE. Dedica tiempo y energía a los profesionales que reconocen y cuentan a otros sobre tu profesionalidad. **“Aprende a regalar tu ausencia a quien no valora tu presencia” (Oscar Wilde).**
8. PERSONALIZA. Cada persona, cada cliente y cada contacto nos está pidiendo un trato y unos servicios específicos. Sé atento. **“Si estás tratando con dos personas de la misma forma, al menos estás tratando mal a una” (Milton Erickson, psicoterapeuta).**
9. SÉ ASERTIVO. No digas sí a las personas que no cumplen con lo que prometen y siempre ponen excusas en lugar de soluciones. Revisa tu agenda y saca de tu vida profesional aquellos contactos que no te benefician e incluso te perjudican. **Suele ser un problema esperar demasiado de alguien que nunca te ha demostrado nada.**
10. EVALÚA. Los potenciales clientes y empleadores cuentan lo que quieren a aquellos que saben escuchar. **Escucha no sólo lo que te dicen, sino por qué te lo dicen.**
11. DIVIÉRTETE. Si eres un profesional que comunica de forma interesante y entretenida, tendrás más probabilidades de que escuchen tus propuestas. **En Twitter puedes decir cualquier barbaridad siempre que al final añadas :-).**
12. CONECTA. Conviértete en un facilitador. Ayuda a otros profesionales a obtener información y recursos. Conecta a unas personas con otras para facilitar su colaboración. **“El infierno es un lugar en el que nada conecta con nada” (T.S. Eliot).**
13. RELACIÓNAME. No diferencias entre *networking* personal y profesional, simplemente empieza conversando y disfrutando de la compañía. **“El 78% de las personas declara que comparte porque les ayuda a estar en contacto con otras personas” (Socionomía, libro de Dolores Reig @dreig).**
14. VALORA. Encuentra y reconoce los aspectos positivos y méritos de otros profesionales. **Cosas que dan vergüenza en la vida presencial, como piropear a la gente que quieres, fluyen solas en las redes.**
15. INTÉGRATE. Puedes ser coherente con tus principios profesionales y perseguir tu propio estilo de vida a la vez que te adaptas y colaboras con profesionales que tienen otros valores y puntos de vista. **“En tu lucha contra el resto del mundo te aconsejo que te pongas del lado del resto del mundo” (Franz Kafka).**
16. SÉ SOCIABLE con las personas que tú decidas. Sé empático, ponte en el lugar de los demás, disfruta de los aspectos positivos de cada relación y de cada persona, y relativiza los negati-

vos. **“No sé cual es la clave del éxito, pero la clave del fracaso es intentar agradar a todo el mundo” (Bill Cosby).**

17. **APOYOS.** Los contactos profesionales nunca sobran. Si puedes disfrutar de hacer y estar con muchos amigos de forma natural, disfrutarás de una vida mejor. **“Para tener éxito hay que tener amigos; pero para mantener mucho éxito hay que tener muchos amigos” (Frank Sinatra).**

18. **PROFESIONALIDAD.** Si eres un buen profesional, la visibilidad y las relaciones acabarán llegando. **El mejor *networking* es más *working* que *net*.**

Guía rápida de *networking* 2.0 en eventos y en redes sociales

1. **Evalúa antes y después. Evalúa siempre.** Recuerda tus objetivos profesionales. ¿Qué quieres conseguir en este evento, en esta actividad, en esta conversación, en este grupo en LinkedIn o con estos nuevos contactos en InfoJobs? ¿Qué has conseguido? ¿Has sumado nuevos contactos, *followers*, clientes potenciales o inversores? ¿Tu presentación profesional es una buena presentación? ¿Has avanzado, has conseguido oportunidades y recursos?
2. **Organiza y anota la información.** Descubre a quién conoces, infórmate sobre quién vas a conocer
3. **Hazte visible.** Preséntate de forma breve, participa, aporta, sorprende. ¿Cuál es tu estilo? ¿Caes bien?
4. **Socializa los eventos.** Tuítea, bloguea, “feisbuea”, cita, enlaza, comenta y visita blogs y perfiles de otras personas...
5. **No pidas ayuda, pide información.** No pidas empleo, pide consejo.
6. **Tu blog, tu perfil de Twitter y Facebook también son tu currículum.** Publica y comparte contenidos que demuestren tu profesionalidad.
7. **No mendigues relaciones ni enlaces.** Es difícil parecer profesional haciendo reverencias. Haz *networking* y relaciónate poniendo en valor tu trayectoria y tus competencias. “No muestres admiración” a otros profesionales, mejor muestra respeto y colabora con ellos.

8. **Todas las conversaciones en redes sociales son entrevistas de trabajo.** Los eventos y contextos 2.0 son escenarios informales e indirectos de selección de personal y de valoración de ofertas profesionales.

9. **Interésate de forma auténtica.** Lee despacio la tarjeta de tu interlocutor. Pregunta, escucha, mira a los ojos. Presta atención a cada persona. Relaciónate bien sin mirar a quién. Primero conoce a la persona. Haz los negocios después.

10. **Mentorízate. Sólo no puedes, con amigos sí.** Encuentra quien te introduzca y te aconseje en los eventos y en los ámbitos profesionales que te interesan. ¡Observa, emula y aprende de los buenos!

11. **Posiciónate.** Si eres experto en todo, no eres experto en nada. Sólo los especialistas reciben ofertas especiales.

12. **Focalízate pero conversa.** Si eres fontanero/a sigue a fontaneros/as, pero si quieres clientes, deberás charlar con todo el mundo.

13. **Usa portales y redes sociales para encontrar oportunidades profesionales.** En InfoJobs buscas, en Twitter ganas reputación, en Facebook vendes y en LinkedIn conectas.

14. **Haz *networking* presencial.** Las redes sociales y tu participación online son la vía más rápida, fácil y barata de aprovechar los eventos presenciales y para hacer contactos en persona.

15. **No son las redes sociales, es la que tú crees.** Internet y la Web 2.0 son herramientas: gestiónalas con eficacia para perseguir tus objetivos.

16. **Prioriza.** Conversa en general pero concéntrate en los contactos que te interesan. 100 profesionales pueden ser todas las personas que de verdad son relevantes en España sobre una temática o especialización concreta.

17. **InfoJobs es un portal de empleo y es un portal social.** Busca su Facebook y su Twitter para conversar y preguntar. Y no olvides pasar también por Yoriento.com. Seguiremos hablando allí de empleo 2.0 y de *networking*.

Empleo 2.0 resumido en un tuit: “En InfoJobs, buscas; en Twitter generas marca; en Facebook promocionas; en LinkedIn conectas; en Youtube, Pinterest e Instagram expones; en tu blog dispones, ya ves tú”.



¿Realmente estás desempleado?



BELÉN CLAVER

Psicóloga especializada en Recursos Humanos.
Consultora de Desarrollo Profesional.
Formadora de Habilidades Directivas y procesos de RRHH.

 @bclaver

<http://www.belenclaver.com>



La vergüenza, el orgullo y el reconocimiento social son malos compañeros en el viaje del empleo. Quítalos de la mochila y comienza a andar más ligero.”

Hay dos cosas que a día de hoy me siguen llamando poderosamente la atención y con las que lucho diariamente, tanto con mis alumnos como con mis clientes. Frases que deberían desterrar de su vocabulario:

- Estoy parado
- Estoy en búsqueda activa de empleo

Ni una ni otra aportan gran información a tus posibles empleadores, colaboraciones, socios o cualquiera que sea la forma que adopte tu próxima oportunidad, proyecto o trabajo. Recuerda que “búsqueda activa de empleo” no es una profesión, es un estado. ¿Pondrías como titular profesional “me encuentro estupendamente esta mañana”? Ahí lo dejo...

Empecemos por **“estoy parado”**. Esto me recuerda a aquellos juegos de niños en los que debíamos mantenernos quietos como estatuas a riesgo de ser expulsados o perder.

Otra fatídica expresión que muchos utilizan: “Estoy en la empresa más grande de España” (sigo sin verle la gracia cuando lo encuentro en algunos perfiles y mucho menos cuando son profesionales).

Muchas de estas personas no sabrían responder de la misma manera a la pregunta de ¿qué es para ti estar parado? Por esta razón es que os hago estas consultas:

- ¿Qué es para ti estar en el paro?
- ¿Estar parado es no hacer nada?
- ¿Te da vergüenza estar parado?
- ¿Qué ganas con ocultar tu falta de empleo?
- ¿Te identificas con todas las personas que están desempleadas?
- ¿Crees que todas las personas en paro tienen el mismo nivel de actividad para buscar o generarse un empleo?

Si mientras respondes estas preguntas te surgen algunas dudas, ¡bienvenido! estás empezando a abrir una grieta. Si además consigo que con este artículo termines con la segunda de las expresiones: “búsqueda activa de empleo”, hoy puede ser un gran día, como diría Serrat.

Algunas cuestiones que deberías revisar

1. Estar en el paro, es difícil de cumplir salvo que no hagas absolutamente nada, por lo tanto revisa el concepto y comienza a moverte. Entonces por qué esa obsesión de tener la etiqueta que estigmatiza. Es como el “mantra negativo”, de tanto decirlo acabas por no hacer nada.

2. Pregúntate qué buscas. Si tú no sabes hacia dónde vas, difícilmente podrán encontrarte aquellos que buscan profesionales como tú. Hazte preguntas como: ¿qué sé hacer; en qué áreas quiero trabajar; dónde están las oportunidades en este campo; qué herramientas poseo; qué conocimientos tengo.

Frente a este tema (abro paréntesis y lo abro para a-d-v-e-r-t-i-r que, estar parado tampoco es sustituible por hacerse cursillista profesional. Reflexiona antes de apuntarte a todos los cursos del INEM o cualquier entidad que se le parezca).

En resumen, si tú no sabes quién eres, difícilmente te van a contratar. Si aún no has llegado a ser quien deseas, necesitas un plan.

3. El paro, el desempleo, la búsqueda activa de empleo no borra lo que eres. Es como si tuviera un efecto amnésico y muchos profesionales olvidan que son y lo primero que espetan es: “estoy en el paro”, en lugar de decir cuál es su profesión, experiencia o qué buscan. El decir “busco trabajo” tampoco es un alarde de creatividad, así es que empieza a descubrir qué quieres y cómo te presentas.

4. La vergüenza no da de comer ni trabajo. El mundo se mueve con o sin ti. Tú decides, si quedarte en tu concha de caracol escondido o salir a gritarle al mundo qué eres, qué sabes y por qué tienen que contar contigo. La vergüenza, el orgullo, el reconocimiento social, son malos compañeros en el viaje del empleo. Quítalos de la mochila y comienza a andar “más ligero”.

5. Los demás piensan de mí que estoy en el paro porque lo merezco o soy vago. Oleadas de pensamientos negativos e irracionales empiezan a poblar tu mente. ¿De verdad te interesa tanto lo que piensen los demás? ¿Tu felicidad depende de que te consideren? De la misma forma que siempre habrá quien te tenga en alta estima, independientemente de tu situación, siempre encontrarás detractores. La motivación debe venir de ti, eso te hará fuerte no sólo porque estés desempleado, sino porque te ayudará a crecer como profesional.

Me diréis, Belén, todo esto está muy bien, pero después de este cambio, ¿qué hago?

Aquí van algunos consejos:

- Tienes que trazar un plan y dentro de éste plantearte objetivos, metas y “planes b”.
- Un lugar muy importante lo ocupará tu red de contactos (on y off). Es decir, los miembros o tu *target* de ventas. Mi ¿qué? ¡sí! tu objetivo como profesional.
- Señoras, señores, el marketing ha venido de EEUU para quedarse. En esta colonización que todo lo toca, el **branding personal** tiene un lugar privilegiado. Tú eres el “producto”, la marca, pero necesitas compradores (contactos) y “referenciadores” (contactos con los que has trabajado).
- ¡Quién no quiere que hablen bien de uno! Punto y aparte son las referencias estándar. Asegúrate de tener buenas recomendaciones, no una colección de competencias huecas y vacías que podrás leer en multitud de perfiles.
- El proceso de venta (creación de red) es distinto. Ya no vale pedir trabajo (venta fría), sino que tienes que construir relaciones, crear tu red de contactos con un objetivo, gestionarlas y alimentarlas. Esto te servirá para poder acceder a oportunidades laborales que no se presentan por los canales habituales. Supongo que a estas alturas ya has oído hablar de la “ofertas ocultas”.

¿Cómo creo una red?

- En primer lugar, quitando de tu perfil profesional estoy en el paro o busco empleo y lo sustituyes por soy..., hago... y quiero...
- Una vez que hayas completado tus perfiles, empieza a construirla tanto online como offline.
- Tu libreta de direcciones y las notas que hagas en ella serán tu mayor tesoro (Gollum dixit).
- Piensa en quiénes pueden ayudarte; de quiénes puedes aprender; qué hacen los profesionales a los que te gustaría parecerle; y qué contactos tienen.
- No se trata de hacer una red de contactos para enviar CV, se trata de construir relaciones que te proporcionen más información y datos para llegar a aquellas metas que te has planteado.

En definitiva, no eres un “estado”. Eres un profesional que hace, o saber hacer. Que si quieres crecer como tal, tendrás que tener una red de contactos fuera y dentro de internet. Recuerda tener siempre tu agenda a mano, por lo tanto tu primer objetivo y tarea tras leer este artículo es comenzar a crearla. ¡Buena suerte!



Tu red de Contactos: consejos prácticos para comenzar a crearla



ELENA HUERGA

Coach y formadora especializada en búsqueda de empleo
y autora del libro “Encuentra tu trabajo en 12+1 pasos.
Siente tu vocación, crea tu proyecto”.

 @elenahuerga

<http://www.elenahuerga.com>



Cuando buscas empleo debes dedicar tiempo a tu red de contactos. Generalmente nos centramos en el currículum, preparar la entrevista y buscar ofertas. Esto está bien, pero hay mucho más...”

Tener una buena red de contactos, ahora más que nunca, es clave a la hora de buscar empleo. Principalmente por 4 motivos:

1. **Aproximadamente el 80% de las ofertas de empleo están ocultas en el mercado laboral, es decir, no se publican.** Así que en estos casos, la figura del contacto es vital, es el único medio para acceder al proceso de selección.
2. **Si conoces a alguien en una empresa objetivo, puedes solicitarle referencias** para que ayuden a impulsar tu candidatura.
3. **A través de tus contactos puedes hacer llegar tu currículum directamente a la persona encargada de la selección,** aumentando así tus oportunidades de lograr acceder a una entrevista de trabajo. Si muestras interés por el estado de un proceso de selección con una llamada o con un correo electrónico multiplicas tu probabilidades de éxito.
4. **Siempre es bueno poder contar con nuestros contactos para que nos ayuden en la búsqueda.** Te pueden corregir el currículum, ensayar contigo la entrevista personal, ayudarte a mantenerte activo en las redes sociales.

Cuando buscas empleo debes dedicar tiempo a tu red de contactos. Generalmente nos centramos en el currículum, preparar la entrevista y buscar ofertas. Esto está bien, pero hay mucho más.

Lo primero que debes tener claro es tu objetivo profesional, cuál es el puesto que deseas y cuáles son tus logros y capacidades para poder conseguirlo. Por ejemplo: “Mi objetivo es ser comercial en el sector del lujo, tengo 10 años de experiencia y durante toda mi carrera he conseguido los objetivos establecidos, he creado una gran red de clientes que confían en mí y en mis servicios.”

¿Crees que tienes claro el tuyo? Te reto a que en este momento te presentes profesionalmente en 90 segundos, ¡inténtalo!

¿Qué tal te ha salido? ¿Has dudado? ¿Has contado toda la información relevante? ¿Has hablado sobre tus logros y capacidades? Si no te ha salido perfecto no te preocupes, es cuestión de diseñarlo, tenerlo por escrito y por supuesto ensayarlo en voz alta.

¿Por qué es importante tener este aspecto claro? Porque **si cada vez que hablamos con un contacto le contamos un objetivo distinto o no sabemos “venderlos” perderemos toda la credibilidad, y con ella muchas oportunidades laborales.**

Una vez que tengas interiorizado el mensaje profesional, **considera que entre más gente sepa que buscas empleo, más probabilidades tendrás de encontrarlo.** Intenta contárselo al mayor número de contactos posibles. Para ello, comienza gestionando tus contactos:

- **Amigos y familiares:** no existe nadie que quiera que consigas un empleo más que ellos, harán todo lo que puedan por ayudarte. Cuenta con ellos.
- **Compañeros de clase, de trabajo y conocidos:** queda con ellos a tomar un café y explícales tu situación, si les surge una oportunidad, no dudarán en avisarte si te ven centrado en tu proyecto.
- **Contactos en redes sociales y eventos, ferias...:** nunca ha sido tan fácil generar contactos nuevos como en la actualidad. Existen 2 vías para hacerlo:
 1. **Presencialmente:** ferias de empleo, seminarios, foros empresariales, eventos de *networking* (en los cuales suele haber una charla y posteriormente los invitados interactúan buscando contactos enriquecedores). Busca aquellos eventos que sean de tu interés. No te olvides de llevar tus tarjetas e intenta conocer a gente que te acerque a tu objetivo profesional.
 2. **Online:** a través de la red de contactos de InfoJobs, LinkedIn, Twitter, Facebook. InfoJobs y LinkedIn son redes profesionales pero Twitter y Facebook pueden ser profesionales o personales, según los contenidos que compartas. Intenta no mezclar tu red personal con temas profesionales o a la inversa. Define claramente qué perfil y objetivo quieres que tenga.

¿Quieres comenzar a crear una red de contactos?

Esta tarea lleva tiempo, por eso es importante organizarte bien y fijarte objetivos. Por ejemplo, esta semana tengo que:

- Quedar a tomar un café con 2 contactos distintos (empieza por aquellos que por trabajar en el mismo sector, o por aquellos que tienen muchos contactos te pueden interesar).
- Ir a un evento *networking*.
- Generar 5 contactos nuevos interesantes en redes online (InfoJobs, LinkedIn, Twitter y Facebook).

Te recomiendo que anotes todas estas gestiones, llamadas y reuniones con la información obtenida, tal vez tengas que volver a ponerte en contacto con alguno de ellos y necesitas tener muy presente las conversaciones anteriores.

Esta red de contactos a veces se ve como un enchufismo, para mí no tiene absolutamente nada que ver. A un contacto se le solicita la posibilidad de ser incluido en el proceso de selección, tener la posibilidad de hacer una entrevista de trabajo. En ningún caso se le concede el puesto sin más.

Recuerda que generar contactos también implica ayudar y no solo pedir.

Es una relación en la que ambos tienen que salir beneficiados y es importante que tenga continuidad en el tiempo. Hoy me ayudas tú y mañana te ayudo yo. Si sólo pedimos, quemaremos a nuestros contactos.

Ya sé la pregunta que te estás haciendo, ¿y qué puedo aportar yo por ejemplo, a un responsable de recursos humanos? Primero tienes que hacer los deberes: adaptar tu currículum y tu carta de presentación a la empresa objetivo y a sus necesidades y estar seguro de que tu perfil encaja perfectamente en la organización y en el puesto. Así, le pones muy fácil al responsable de RR.HH tener un proceso de selección con candidatos excelentes como tú, sin realizar una extensa criba curricular. ¡Ganáis los 2!

En cualquier caso, siempre puedes aportar algo a la otra persona, hoy o en el futuro.

Cómo enfrentar el *networking*



IÑAKI GONZÁLEZ

Técnico de Recursos Humanos en Fundación Hospital Calahorra.
Socio Fundador, CTO y Community Manager de Osenseis, S.C.

 @goroji

<http://sobrevivirrhhe.com>



Crea tu discurso de presentación. Dos o tres frases de introducción que dejen claro qué puedes aportar y que merece la pena dedicar cinco minutos a conversar contigo.”

Una de las cosas que más me atraen desde que tengo un blog, Twitter y todas estas cosas que tenemos y que nos ayudan a conocer gente de todos los rincones de España y de más allá, si me apuras, es cuando pasas de conocer... A CONOCER.

Así en mayúsculas. Conocer, tocar, hablar en directo.

Al principio de todo, allá por junio del 2009, llegué a tener una lista en Twitter que se llamaba “De carne y hueso” en la que iba añadiendo a todas aquellas personas que iba “desvirtualizando” de evento en evento. Esto cuando decir “desvirtualizar” sonaba a ciencia ficción. Ahora lo llaman *networking*, mañana no sé cómo lo llamaremos. Se llame como se llame, no dejan de ser oportunidades para hablar con personas afines o no, a las que sigues (o te siguen) en redes sociales.

Antes de enfrentarte a una sesión de *networking*, donde tendrás la oportunidad de darte a conocer en una reunión informal, presentación de un libro, congreso o jornada, o virtualmente, a través de foros en Facebook o LinkedIn, **debes ser capaz de responderte las siguientes preguntas: ¿Cuánto expongo de mí vida? ¿Qué imagen nuestro? ¿Cómo sé si lo estoy haciendo bien? ¿Tengo miedo a que otros me vean? ¿Y si sólo quiero que lo hagan las empresas?**

Sólo tú decides dónde está el límite, dónde fijas la delgada línea roja que separa tu vida profesional de tu vida personal. No hay nada malo en no mostrar tu faceta personal y volcarte sólo en la profesional. No hay desventajas en el hecho de mostrar tu lado más personal. La frontera la marcas tú y en el equilibrio está la virtud.

Personalmente soy de los que prefiere ver a la persona detrás de un avatar. Sus fobias y sus filias es lo que me animará a dar el paso, a querer traspasar la barrera de la pantalla y llegar a conocerlo.

Pero si hablamos de *networking* a efectos más prácticos, varias son las recomendaciones a la hora de plantear tu participación en un evento de estas características. Para estos consejos me apoyo en **los 5 Principios Lean**, que acuñaron en los años 90 Womack y Jones (Lean Thinking. J. P. Womack y D. T. Jones. Gestión 2000, 2003).

Principio Lean 1 [Valor]: Clarifica qué quieres conseguir

Reflexiona sobre cuál es tu objetivo al hacer *networking*. Crea tu discurso de presentación. Dos o tres frases de introducción que dejen claro qué puedes aportar y que merece la pena dedicar cinco minutos a conversar contigo. Es fundamental tener este punto claro a la hora de abordar a tu interlocutor. Dependiendo del objetivo que te hayas marcado con esa persona, tu forma de entablar relación deberá ser más agresiva o arriesgada, en función del tiempo que dispongas y de las personas que os rodeen en ese momento.

No olvides hacerte tarjetas de visita. Ten en cuenta que al final de un evento de estas características son muchas las personas con las que has podido hablar y más las personas que se hayan podido interesar por el mismo interlocutor que tú. Al final, lo único que va a poder tener de ti son tus datos de contacto. Así que cuánto más fácil se lo pongas, mejor.

Principio Lean 2 [Flujo de Valor]: Recopila tus contactos

Elabora tu propia base de datos con todas las personas que conoces y prioriza con quién necesitas o quieres contactar primero. Hay muchas formas de delimitar aquellos contactos que te sean más afines: por su disposición geográfica; temática que tratan o aquellos que están más acorde con esas capacidades y/o habilidades para las que estás preparado para destacar.

Aquellas personas que por lo que lees en sus blogs o cuentas de Twitter (o de cualquier otra red social), te parecen más accesibles y con mayores probabilidades de llegar a entenderte con ellas.

Principio Lean 3 [Flujo]: Planifica las acciones

Hoy en día tenemos la ventaja de disponer de infinidad de eventos a los que asistir, redes sociales en las que participar, o cualquier otra acción que te permita el posicionamiento profesional que necesitas. Selecciona cuidadosamente aquellos en los que te interese estar y los momentos en los que puedas dedicar el tiempo y esfuerzo que una buena técnica de *networking* requiere.

Estos encuentros son un camino de dos vías: ambas partes debéis dar y recibir. Pide consejos y busca puntos de encuentro en los que os podáis ayudar mutuamente. Da tu opinión sobre el tema que se trate en cada momento. Plantea este tipo de encuentros como oportunidades para demostrar tus conocimientos sin pedir nada a cambio, se trata de sembrar y si lo has hecho bien, ya llegará el momento de cosechar.

Principio Lean 4 [Pull]: Escucha

Escuchar bien es una forma de comunicación y de influencia tan poderosa como hablar bien, así que para de hablar y empieza a escuchar. Haz preguntas a tu interlocutor que demuestren tu interés por conocer quién es y qué hace. Siempre se ha dicho que si tenemos dos orejas y una boca será por algo, así que procura escuchar el doble de tiempo del que dedicas a hablar. Una buena escucha activa puede dar con la clave de lo que tu interlocutor necesita y es en ese momento cuando debes ofrecérselo. Ni antes ni después.

Principio Lean 5 [Mejora continua]: Ejercita la paciencia y persistencia

Nadie ha dicho que sea un camino fácil. Tendrás que adoptar una visión a medio o largo plazo, para crear una red de contactos que te acompañará durante toda tu vida profesional. Si los puntos anteriores los has realizado a conciencia y has seleccionado los eventos y las personas que pueden aportar mayor valor a tus conocimientos y mayores oportunidades para desarrollar esas experiencias de colaboración en un futuro, tu red de contactos profesional tarde o temprano te dará la oportunidad que estabas esperando.

Recuerda: estudia el mercado, planifica tu estrategia, cumple con tus objetivos aprendiendo sobre todo de los errores que vayas cometiendo y sé constante.



**Con constancia
y tenacidad se obtiene
lo que se desea;
la palabra imposible
no tiene significado”.**

Napoleón Bonaparte (1769-1821)
Emperador francés



Sin red de contactos sólo accederás al 20% del empleo



CÈLIA HIL

Orientadora y formadora en Empleo 2.0 y Marca Personal.
Consultora en TalentoDirect.com.

 @celiahil

<http://celiahil.com>



Lo que llamamos Marca Personal, es el fruto de una estrategia de visibilidad, de un trabajo diario en las redes, en el blog y en nuestro entorno offline.”

Se habla mucho de que **cerca del 80% del empleo no sale explícitamente como oferta** de trabajo. Esto significa que no existe una oferta de empleo como tal, en ningún portal, periódico o red social. **¿Cómo podemos acceder al llamado empleo oculto?**

Parte de este empleo es ocupado por promociones internas, relevos generacionales y movilidad geográfica. Otra gran parte son puestos de trabajo ocupados por contactos. No se trata del “enchufe” mal entendido de antaño (que también lo sigue habiendo por desgracia), sino que hablamos de contactos de calidad. El objetivo es conseguir estar presente en la mente de esa persona, de ese empresario, comerciante o directivo, cuando tiene la necesidad de cubrir un puesto de trabajo con un perfil parecido al nuestro.

¿Cómo estar en la mente de quienes reclutan?

Después de muchos años de asesorar a personas que buscan un empleo, puedo decir que en esta situación fundamentalmente intervienen dos variables: **el hacerse visible y gestionar una red de contactos de calidad.**

1. HACERSE VISIBLE

La generación X (de los 35 a 55 años) acostumbramos a trabajar duro. A estudiar una carrera universitaria para así tener un futuro mejor. Incluso algunos llegan a no compartir el conocimiento para intentar ser imprescindibles en las empresas. Un día todo cambia y se dice que tenemos que hacernos visibles; crear y compartir contenido de calidad para mostrar nuestro valor como profesionales; y colgar nuestro currículum en diferentes formatos y plataformas, es decir, salir de nuestra zona de confort. Un gran cambio. Tenemos incluso pudor, inseguridad, miedo. Pero señores, como decía Charles Darwin: *“Quien sobrevive no es el más fuerte ni el más inteligente, sino el que se adapta mejor al cambio”.*

No hay recetas mágicas para conseguir un nuevo empleo. Pero si mantienes un índice de ocupabilidad alto, siendo atractivo para la empresa, estás al día en tu sector, tienes una trayectoria laboral coherente, dominas idiomas, las nuevas tecnologías y eres flexibles en cuanto a la movilidad geográfica y horarios estarás bien encaminado a que tu tiempo en el paro sea el mínimo posible. Los orientadores laborales, desde hace unos años, aconsejamos **para ganar visibilidad y potenciar tu carrera profesional:**

- **Tener un blog:** Debemos verlo como nuestra “casita digital”. En ella podremos ir escribiendo nuestros conocimientos y opiniones, también aportar vídeos, audios, imágenes etc. El fin es mostrar una *expertise* que sea atractiva a los ojos de un reclutador, *headhunter* o a la nueva figura digital en recursos humanos: el *Nethunter*. El objetivo es proyectar profesionalidad para posibles colaboraciones o sinergias que se traduzcan en nuevas oportunidades de empleo.

- **Presencia en redes sociales** que sea sostenible en el tiempo, coherente con nuestro perfil profesional y con nuestros valores. No nos beneficia tener una cuenta de Twitter abandonada, un perfil social sin completar o un blog con telarañas. Pero también debes considerar que el uso excesivo de estas plataformas nos puede “quemar”, provocando una saturación de nuestra imagen en las redes, lo que nos puede perjudicar.

Según el perfil profesional que tengamos y nuestros intereses debemos elegir las redes concretas en las que tener presencia. Para un profesional más técnico, como un informático o un *community manager*, puede ser atractivo estar en Google+. Para un profesional del sector del diseño, publicidad o arte, Pinterest podría resultar una red adecuada. Pero hay tres redes que yo considero imprescindibles si queremos tener una huella digital mínima, un “yo profesional”: LinkedIn, Twitter y Facebook.

Lo que llamamos **marca personal será el fruto de esta estrategia de visibilidad.** De un trabajo diario en las redes, en el blog y en nuestro entorno offline. **La gestión de ella, nos posiciona en la mente de los empresarios, de otros profesionales o de los seleccionadores que tanto queremos que nos llamen** para una entrevista de trabajo.

2. LA RED DE CONTACTOS

Este es otro gran punto a gestionar si queremos conseguir un empleo. Una buena red de contactos, no se consigue de un día para otro. Requiere de constancia y de una estrategia clara enfocada a buscar directivos, trabajadores y seleccionadores de Recursos Humanos de las empresas en las que nos interesa trabajar.

Hacer *networking* en ferias y congresos. Asistir a charlas y eventos relacionados con nuestra profesión. Descubrir los sitios adecuados para encontrar a personas que trabajan en nuestra área. Esto nos permitirá estar al día e intercambiar tarjetas con posibles futuros empleadores e ir ampliando nuestra red de contactos en los portales de empleo.

Hemos hablado sobre el currículum social y las redes de contactos online, pero no debemos olvidar el currículum en papel o en formato digital, que aún sigue siendo necesario para los procesos de selección. Un buen ejercicio es acudir a nuestra red de contactos offline, entregarlo a personas y preguntarles qué opinan de él. También un orientador profesional podrá darnos su opinión como experto.

No olvidemos que no hay tampoco un CV ideal. Por ejemplo, para un abogado un currículum por competencias más clásico puede ser adecuado, pero para un publicista quizás refleje mejor su potencial una infografía, un videocurrículum creativo o una presentación hecha en Prezi. **El CV debe adaptarse siempre al puesto al que optemos**, al perfil profesional que tengamos y a la empresa en la que queramos trabajar.

Marca personal para la mejora profesional



EDUARDO MORENO

Profesor de Formación y Orientación Laboral
en centros de Formación Profesional.

 @edulcoro

<http://edulcoro.blogspot.com.es>



Mantener vivos los perfiles sociales es una obligación. Para no aportar contenido o no tener relación con otros usuarios, es mejor no estar.”

Marca personal puede definirse como el conjunto de atributos que percibe la sociedad en nuestra identidad profesional y que son distinguidos principalmente por los agentes claves, (reclutadores, empresarios, departamentos de RRHH) con respecto a nuestra empleabilidad.

Por ello es fundamental diseñar una estrategia de generación de marca personal. Para crear dicha estrategia hay diversos métodos, aunque los expertos coinciden en que **toda estrategia que pretenda generar una marca ha de apoyarse en el uso de redes sociales y herramientas como blogs, videoblogs o canales de podcast.**

La generación de una marca personal se convierte en una decisión inaplazable, debido a la proliferación del uso de herramientas TIC en la población y en algunos departamentos de RRHH. Esto obliga a los profesionales a diferenciarse y generar marca, para ganar ventaja en los resultados de búsqueda en la selección de personal.

Las redes sociales para la búsqueda de empleo

El panorama de la búsqueda de empleo ha cambiado en estos últimos años de una forma radical con la aparición de las redes sociales. Frente a este tema Facebook tiene numerosas ventajas que no tienen las otras redes sociales:

- Es la red más extendida en España, la que más usuarios tiene y la que más tiempo lleva entre nosotros. Su uso es más sencillo que el uso de LinkedIn o Google Plus y por ello gusta a todo tipo de personas.
- Es una red en la que puedes retomar el contacto con antiguos compañeros de clase, de otros trabajos, de equipos en los que jugaste al fútbol, baloncesto, balonmano, etc.
- Es una red ya madura, utilizada por usuarios de todo tipo, lo que asegura poder contactar con empresarios de diversos sectores, edades y regiones.

En el caso de Twitter:

- Es la red que más ha evolucionado en número de usuarios en estos tres últimos años, **la que más potencial tiene a la hora de poder encontrar un empleo.**
- Recordemos que el modelo de uso de Twitter se asemeja al de un tablón de anuncios, y esto permite que las empresas puedan disponer de cuentas específicas en las que anunciar sus vacantes. Dispone de una herramienta fenomenal para indagar aspectos relativos a sus futuros empleados en los procesos de selección.

Muchas empresas son las que usan esta plataforma para influir y entregar su aportación en diferentes temáticas. En el caso del empleo, InfoJobs se ha acercado a sus usuarios a través de Twitter y ya cuenta con 160.000 seguidores, siendo la web de empleo líder en esta red social.

Consejos que te ayudarán a crear tu marca personal

1. Es importante plantearse un objetivo para cada red.

Está claro que en Twitter o en Facebook mi capacidad de hacer contactos de manera informal es mayor que en otras redes sociales profesionales como la red de Contactos de InfoJobs, LinkedIn o Xing.

Para ello se ha de establecer un objetivo claro. Si quieres hacer contactos variados, porque tu sector puede adaptarse a diferentes formatos, Twitter y Facebook son las redes indicadas. Si te interesa que estos perfiles compartan contigo un espacio más profesional, alejado de las luces de Twitter y Facebook, debes elegir una red social que te facilite el *networking* o darle un perfil profesional a las redes antes mencionadas.

2. No olvides gestionar y mantener vivos tus perfiles.

- El mantener vivos los perfiles sociales es una obligación. Para no aportar contenido o no tener relación con otros usuarios es mejor no estar.
- Hay que evitar la idea de hacer contactos virtuales durante la situación de desempleo y luego olvidarlos cuando se encuentra trabajo.
- El mercado laboral es inestable y lo que hoy parece un “esfuerzo innecesario” es una inversión de futuro impagable.
- Mantener una red de contactos estable durante tu carrera profesional te permitirá bandear las puntas de actividad en tu sector o en las crisis económicas.

3. Fundamental poner foco en la búsqueda de empleo

Está claro que la actualización constante en las redes sociales supone un esfuerzo que tendrás que optimizar. Dedica tiempo pero nunca llegues a un nivel adictivo. Recordemos que las redes sociales son las causantes de gran parte de la “tecnología-adicción”, por lo tanto enfocar nuestra actividad, pero sin perdernos, se vuelve fundamental.

4. ¿Qué hacemos con nuestra red de contactos?

En la utilización de los contactos o seguidores para encontrar empleo hemos de entender que el procomún ha de guiar nuestra actuación. Estamos en las redes sociales para ayudar y que nos ayuden. En muchas ocasiones debemos aportar contenidos, ayuda o consejos a otros, para en un futuro ser ayudados por otros usuarios que también nos aportarán y seguirán el mismo código ético.

5. ¿He de publicar cada día que estoy buscando empleo?

- Solamente será necesario comentarlo a los nuevos contactos que vayamos haciendo, para que sepan de tu nueva situación y así sean conscientes de ello.
- Es contraproducente decirle a todos nuestros contactos cada día que buscamos empleo y necesitamos trabajo. Se asociará a una actitud muy poco colaborativa y centrada en uno mismo que no será bien recibida.
- Las actitudes altruistas, colaborativas, emprendedoras, cooperativas gustan y son bien recibidas en las redes sociales. Esto te puede beneficiar a la hora de buscar un empleo y crear tu marca.

6. Posicionarse como experto es una buena decisión

- Posicionarnos como un especialista en un campo concreto es una de las mejores decisiones que se pueden tomar hoy en día.
- Gracias a herramientas como la formación continua o la experiencia profesional, podemos cambiar rápidamente de tercio, cuando una actividad deja de tener la relevancia que tenía en su momento.
- Si en la actualidad en nuestro sector se solicitan perfiles con unas determinadas características tienes que ser tú el que se adapte rápidamente a las mismas. Tendrás que ponerlas en valor cuanto antes para posicionarte como un especialista.
- Para situarte como un referente en tu sector, la creación y edición de un blog se puede convertir en una herramienta útil que puede ayudarte en dicho posicionamiento.



¿Cómo sacar el máximo provecho a la red de Contactos de InfoJobs?

La red de Contactos de InfoJobs es un multiplicador de oportunidades laborales. Es útil para buscar trabajo, impulsar tu carrera profesional, estar informado de las tendencias de tu sector de actividad y para aprender de otros profesionales.

Esperamos que utilices y disfrutes de los beneficios que la red de Contactos InfoJobs te puede entregar.

Si necesitas más información sobre esta herramienta, en el siguiente enlace encontrarás lo que necesitas:

<https://www.infojobs.net/red-de-contactos>

Beneficios: ¡Cuántos más contactos tengas, más ofertas verás!

Mientras más amplia sea tu red de contactos, más provecho podrás sacar de ella. Al importar tus contactos a InfoJobs podrás ver las ofertas de empleo de tu perfil y las personas de tu red que pueden ayudarte a conseguir ese trabajo.

Podrás saber qué hacen tus contactos para mejorar su perfil personal. Las habilidades que incorporan, la formación que adquieren, cómo hacen crecer su red de contactos y cómo se mantienen al día de la actualidad en su sector con los artículos y contenidos de calidad. ¡Ah! Y por supuesto, podrás recordar fácilmente fechas y eventos importantes.

Qué te permite la red de Contactos de InfoJobs

- **Invitar a tus contactos de Facebook.** El sistema te mostrará una lista con todos los amigos que tienes en la red social. Podrás seleccionar fácilmente a quién quieres invitar a tu red.
- **Invitar a otros contactos por email.** Puedes invitar a cualquier persona si conoces su correo electrónico.
- **Revisar e invitar a los contactos de tus contactos.** En la red de Contactos de InfoJobs podrás ver qué nuevos contactos tienen tus amigos. Revisalos periódicamente para incorporar a más profesionales a tu red y mantenerla viva.
- **Encontrar a ex compañeros de trabajo o de universidad.** El sistema te sugerirá a personas que probablemente conozcas, relacionadas con los sitios en los que has trabajado o los centros de formación donde hayas estado.

Por qué tus contactos valen más en InfoJobs

- Es el portal que acumula el mayor número de ofertas.
- Es el portal dónde reclutan la mayoría de empresas.
- Es el portal dónde podrás ver quién se interesa por tu perfil profesional.
- Es el portal dónde están tus amigos, conocidos y contactos profesionales.

Construye tu red de contactos desde cero

Invita a tu red de contactos a todas aquellas personas que creas que, por su empleo actual o su trayectoria profesional, pueden ayudarte. Las personas que trabajan son las que más te pueden apoyar, ya que son las que tienen información de primera mano sobre los puestos vacantes que no se publican.

Ten en cuenta a la hora de crear tu red de contactos, que es importante que la conformen perfiles de distintos ámbitos y empresas. Así, por ejemplo, puedes invitar a personas con las que has trabajado en el pasado, compañeros de estudios o profesionales que conozcas en eventos, conferencias o haciendo voluntariado. Tus amigos y familiares también son importantes.

Ya tengo mis contactos en la red de InfoJobs, ¿qué hago ahora?

- Para mantener viva tu red de contactos es importante conectar y mantener la relación con las personas que la conforman. Comparte información de su interés y deja siempre una buena impresión profesional.
- En caso de que estés buscando empleo o quieras mejorar profesionalmente es importante hacerlo saber a tu red.
- Trata de añadir a 3 o 4 personas cada semana a tu red de contactos.
- Mantén actualizado tu CV en InfoJobs. Así los contactos de tu red también estarán al día de tu evolución profesional.
- Revisa los currículums de tus contactos y aprende de ellos.

InfoJobs

Let's work!

RedDeContactos

f facebook.com/infojobs

🐦 @InfoJobs

+ <http://www.infojobs.net/red-de-contactos>