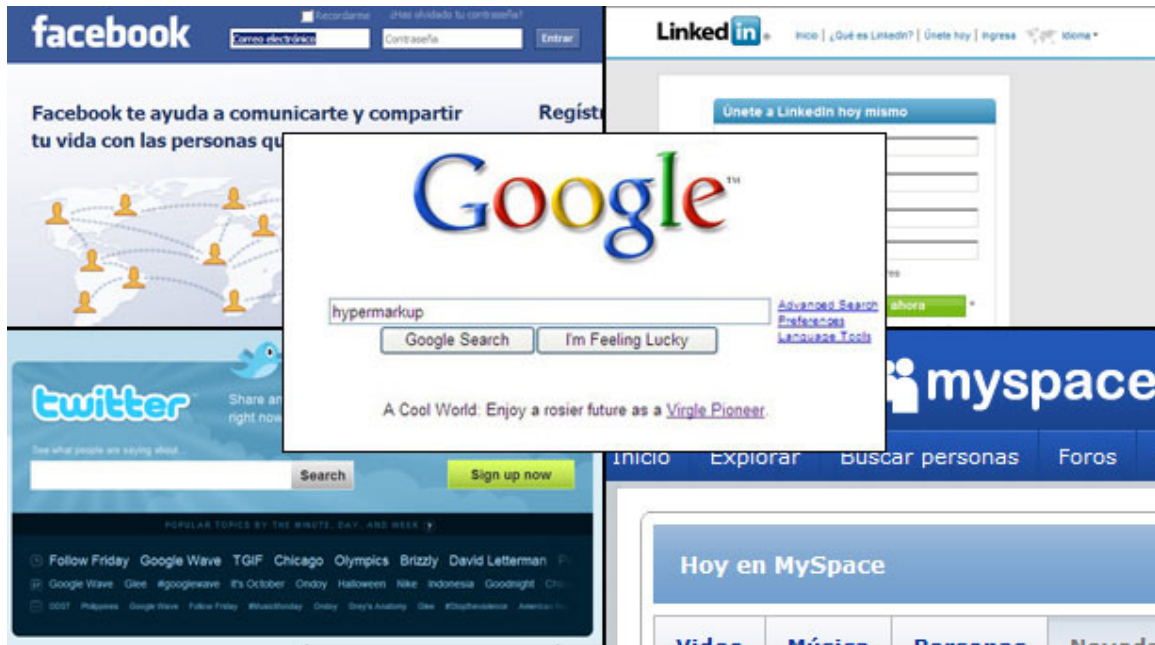


Cuál es el "trabajo" que hay que hacer en la web antes de empezar a buscar trabajo



Las redes sociales obligan a postulantes y reclutadores a ingresar al mundo virtual al momento de hacer una búsqueda. Los pasos a seguir

Enviar un Curriculum Vitae por correo electrónico a una compañía y esperar a que suene el teléfono ya es cosa del pasado. Las nuevas tecnologías y las herramientas que éstas ponen a la alcance de la mano demandan una actitud cada vez más proactiva tanto por parte de los postulantes como de las empresas.

Es que tras la llegada del torbellino Google al mundo de trabajo y el cambio que produjo en la manera de buscar y ofrecer empleo, **ahora son las redes sociales las que obligan a *aggionarse* y a estar en el mundo virtual**. Y, lógicamente, a no dejar librado al azar ni el más mínimo detalle.

“Las consultoras, los *headhunters* y los responsables de Recursos Humanos de las compañías deben actualizarse porque sino no llegarán a cumplir con los objetivos que les exige el negocio”, aseguró **Adrián Herzkovich, vicepresidente senior y gerente general de Fox Latin American Channels y especialista en Internet**.

Y el experto en redes sociales añadió: “Este cambio empezó hace dos años en el país, imaginémonos lo que será en los próximos cinco. **Es viral. En cuanto despegue en la Argentina,**

no lo frena nadie.”

Es que, **con el modelo tradicional de búsquedas las empresas no van a poder encontrar a los chicos jóvenes y de alto potencial**, muchos de los que seguramente serán los futuros gerentes de las organizaciones. Y en un contexto en lo que el talento no es precisamente lo que sobra, los reclutadores deben jugar en todas las redes sociales si quieren hacerse de los mejores.

“La Generación Y o Millennial está impregnada de las nuevas tecnologías, es en ellas en donde se los encuentra”, dijo desde Estados Unidos **Alejandro Mascó, VP Talent Recruitment and Career Development de L'Oréal**.

Entre **las “bondades” que ofrece el mundo virtual para insertarse el mercado de trabajo**, el ejecutivo de Fox (en la foto) destacó que “está al alcance de un clic, es gratis y cualquiera lo puede usar para, por ejemplo, crearse un perfil profesional.” Pero aclaró que su utilización depende de una decisión individual o corporativa, según sea el caso.



Los pasos a seguir

En el marco del seminario “Viejos paradigmas versus nueva realidades” organizado por el **IAE Business School** y la consultora **Oxford Partners** y del que participó **iProfesional.com**, Herzkovich postuló **diez tips y consejos que los candidatos y los reclutadores deberían aplicar si buscan tener éxito en el ámbito laboral**.

1. Cada uno es un “producto”

“Para quien está evaluando, además de importar lo que uno es como candidato, importa la

manera en la que aparece en la web. Quien quiera diferenciarse, tiene que hacer algo para mostrarse diferente", advirtió el ejecutivo de Fox.

2. "Si o si hay que estar en Internet"

En su opinión, **"armarse un perfil en una red social, es como hacer un master de Harvard sentado en un Coffee Store"** ya que "Facebook es una especie de colegio primario, Twitter sería el tercer año del secundario y tener un blog es como hacer el CBC para ingresar a la universidad."

Y, aunque LinkedIn es la red social de los profesionales y ejecutivos por excelencia y muchas veces los encargados de una búsqueda la utilizan en lugar de hacer llamados telefónicos para preguntar opiniones, Herzkovich aclaró que ésta es sólo una de las tantas válidas para buscar trabajo. Además, "muchas veces se intercambian las referencias y recomendaciones."

Ante un auditorio compuesto por los responsables de Recursos Humanos de compañías como Ford, Molinos, Oracle, Pernod Ricard, entre otras, el experto en redes sociales trazó un curioso paralelismo al destacar que **el ciberespacio es como el "Veraz"**. Es decir: hoy poner comillas y un nombre en Google es como buscar a alguien en un banco de datos.

Además, si una persona que está en una búsqueda laboral no figura en Internet, el reclutador puede sospechar y preguntarse por qué no está. **"Si no aparecés en la web, fuiste"**, resumió el especialista.

Es que si quienes encaran una búsqueda para cubrir una determinada posición no encuentran resultados del candidato cuando **"googlean" su nombre**, para quienes trabajan desde las nuevas realidades ese postulante no existe.

Y en caso de que lo encuentre, el reclutador debería prestar atención a los sitios y links en los que figura para conocer **"dónde y en qué está" el interesado en hacerse del puesto.**

3. Si o sí hay que estar en Internet, pero ¡estar bien!

A veces una foto como la que se ve en este link, una declaración polémica o un comentario/post fuera de lugar pueden jugar en contra y perjudicar la imagen no sólo personal sino también profesional ya que **el reclutador quizá decida no contratar a esa persona** porque no cuidó su perfil y tampoco supo manejarse como "producto".

Así, quienes sepan cómo funciona Internet y sus redes sociales, podrán controlar su aparición en ellas y no perder las chances en una búsqueda entre miles de postulantes.

4. "Si soy un producto tengo que definir el objetivo de branding"

Con este consejo, Herzkovich recomendó enfocarse en **"cómo venderse" en el mundo virtual**. Esto debería ilustrar lo que el candidato es, lo que le gusta como así también las áreas y hobbies en los que se destaca.

5. Lo que "sale" en Internet no se puede "borrar"

“Uno **tiene que saber la cantidad de veces que aparece en Google como el número de DNI** y tiene que trabajar para aparecer más veces”, recomendó el ejecutivo de Fox.

6. **Dedicar mucho tiempo a “setear” bien los perfiles**

No hay que subir información incompleta, provisoria o falsa pensando que después se puede arreglar. Por el contrario, por un tema de indexación de Google, **es fundamental cargar siempre las versiones finales**. Los textos deben estar “perfectos”, sin faltas de ortografías y hasta justificados.

7. **Dedicar al menos una hora todos los días a las redes sociales**

Según postuló Herzkovich, “hay que estar siempre actualizado y participar activamente ya que las redes prenden el radar sobre temas y personas”. Además, permiten ampliar la *network* (red de contactos) y subir las chances de indexar en Google.

“Lo ideal es estar en todas las redes sociales, **sino se achica la *network***”, recomendó el ejecutivo.

8. **Armarse un blog propio**

La importancia de este consejo radica en que este cuaderno de bitácora es la mejor manera en la que uno puede controlar su marca o producto. Y **es una excelente herramienta de *branding personal***, que a su vez permite tener fans o seguidores.

9. **Glooglearse**

Es decir, cada uno debería chequear con frecuencia la cantidad de apariciones que muestra el mega buscador al escribir su nombre y apellido.

10. **Glooglearlos**

Quien encare una búsqueda laboral también tendrá que indagar información acerca de las empresas a las que aplique y una vez convocado para una entrevista averiguar acerca de los entrevistadores.

Y, a modo de yapa, Herzkovich dio un último consejo: **“Quien quiera ser un buen profesional, no debe ser un ‘webanalfabeto’.”**

Cecilia Novoa

© iProfesional.com