

EnPortada / ¿Te apuntas al 'networking'?

Hay que tener cuidado con la información que colgamos en internet

Pon en marcha tu red de contactos

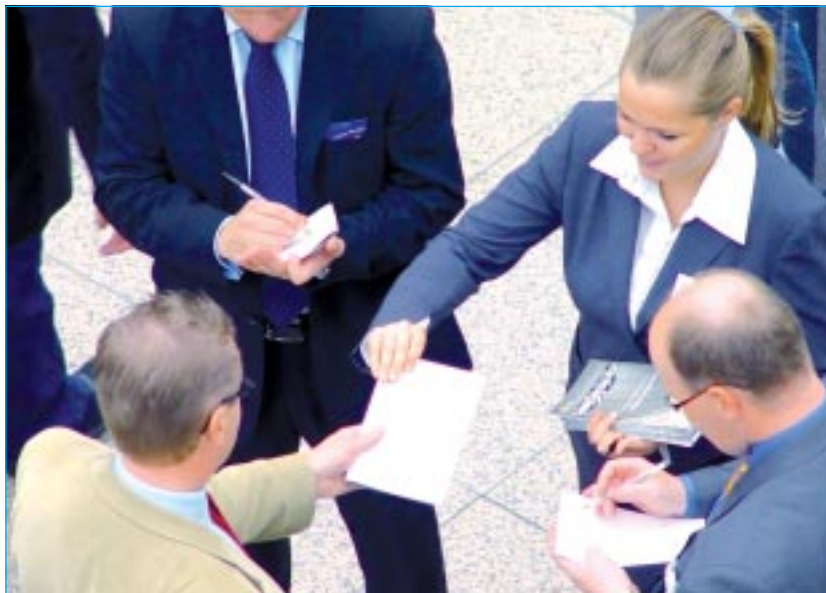
La tradicional agenda de papel ha sido sustituida por internet, que también gana terreno en un ámbito donde cualquier profesional debería especializarse. Si quieres ganar notoriedad en tu sector, no dudes en hacerte un experto en 'networking'

A.I.G.P. ■ Mercado de Trabajo

Los contactos constituyen una herramienta básica en cualquier relación profesional. Para conseguir nuevos clientes, para enterarse de nuevos proyectos o, simplemente, para testar el mercado y saber por dónde se mueve. El tradicional boca a boca, que siempre ha caracterizado este tipo de relaciones, está siendo sustituido por internet y el ordenador, donde el *networking* se ha convertido en una herramienta que no debería ser ignorada por ningún profesional que se precie.

Uno de los mayores expertos en este tema es el director de la red profesional Viadeo en España y Portugal, Pedro Sánchez. Él mismo señala que "cualquier profesional cuenta con una agenda de contactos que va incrementándose y evolucionando con el tiempo. El *networking* consiste en prestar atención a la gestión de nuestros contactos para identificar nuevas oportunidades de negocio y de carrera". De este modo, "una libreta de direcciones se convierte en red de contactos cuando conseguimos conectar con los contactos de nuestros contactos", valga la redundancia.

Aunque esta práctica cada vez está más relacionada con internet, no tiene que ir asociada a ella de forma exclusiva. "La gestión de contactos con fines profesionales, es decir, el *business networking*, es muy común en profesionales cualificados, directivos y empresarios con cierta experiencia", explica Pedro Sánchez. "Se hace *networking* de forma privada o



en desayunos de trabajo, ferias, conferencias y encuentros gremiales". Igualmente, "la actividad creciente de departamentos de antiguos alumnos, especialmente en escuelas de negocios, fomenta esta práctica desde el inicio de las carreras profesionales".

Hazte visible

Contar con nuestra propia red de contactos llegará a ser tan importante que, quien no disponga de una, será como si no existiese. Y ésta es la tendencia hacia la que nos encaminamos. "Lo que parece evidente es que un profesional necesita ser visible para ganar notoriedad en su sector", comenta el director de Viadeo. "Hoy en día también es importante ser visible en internet, y la mejor manera de desarrollar nuestra identidad digital profesional consiste en tener una presencia activa".

Un estudio encargado por Viadeo sobre la reputación en internet señala que habitualmente facilitamos todo tipo de información sobre nuestra persona en la Red, desde fotos y videos hasta perfiles y opiniones personales. Y no somos conscientes de que estos datos quedan al alcance de cualquier persona que navegue por el espacio virtual. "La mayoría de la información que estamos añadiendo en internet tiene como objetivo compartirla con nuestros amigos o familiares y, frecuentemente, se refiere a una parte de nuestra vida. Pero la web es, por supuesto, una red pública y la información que se cuelga en ella tiene, sin embargo, una duración a largo plazo", señala el estudio.

De ahí que un futuro jefe esté a pocos *clicks* de acceder a nuestros datos personales. Lo cual puede resultar positivo o negativo. Como sostienen más del 25 por ciento de los responsables de Recursos Humanos consultados para este estudio, que afirman que han rechazado candidatos tras encontrar información privada de ellos en la Red. "Tarde o temprano alguien nos va a buscar en internet. Puede ser alguien que se esté informando para una posterior reunión: un proveedor, un futuro cliente, un *headhunter* o nuestro próximo jefe. Si no nos encuentra, denota una falta de notoriedad o transparencia y es negativo porque puede ser una oportunidad perdida. También puede encontrar resultados inapropiados ya que, hoy en día, cada vez se publica más información personal en internet que en algunos casos resulta perjudicial", concluye el documento.

El fenómeno de la Web 2.0

Esta nueva herramienta convierte al usuario en protagonista principal y participante activo

A.I.G.P. ■ Mercado de Trabajo

Si hay algo a lo que están ligadas las redes sociales en internet, esto es, sin duda, el fenómeno de la Web 2.0. Seguro que alguna vez has oído hablar de él, pero quizás no tengas del todo claro en qué consiste.

Como afirma el libro 'Web 2.0 - El usuario, el nuevo rey de internet', de Ismael Nafria (Editorial Gestión 2000), la Web 2.0 es la etapa en la que el usuario se convierte en protagonista, "pasa de ser mero espectador y consumidor de lo que le ofrece internet a convertirse en creador y generador de contenidos y servicios". Es decir, "es un usuario que participa de manera activa".

De este modo, los usuarios de las redes sociales generan los contenidos de éstas (textos, 'blogs', fotos, videos...), limitándose el propietario de la web a ofrecer la plataforma para facilitar la publicación de los contenidos y la relación entre todos los integrantes de la red.

Diez consejos

El libro 'Web 2.0' recoge en uno de sus capítulos un estudio realizado por la consultora Economist Intelligence Unit (EIU) sobre el impacto de este fenómeno en el mundo de los negocios. En el documento se incluyen una decena de consejos para que las empresas puedan tener éxito en este contexto:

- 1- "La Web 2.0 tiene que ver contigo": el profundo impacto de internet en todas las áreas de la sociedad afecta a todas las empresas por igual.
- 2- "Salva el salto generacional": para conseguirlo basta con con-

tratar a trabajadores jóvenes, que estén muy conectados con esta realidad.

3- "Haz tus deberes": antes de lanzar tu propia iniciativa Web 2.0, conviene echar un vistazo a lo que está la competencia en este punto.

4- "Pide lo que tú no puedes construir": muchas veces la solución se encuentra en asociarse con quienes ya disponen de la tecnología necesaria.

5- "No confundas herramientas Web 2.0 con publicidad on line"

6- "Cede el control": en lugar de temer lo que digan los consumidores, hay que unirse a ellos en su conversación.

7- "Plantea un sencillo y claro caso de negocio": un análisis previo de las ventajas, los costes y los riesgos permitirá averiguar si conviene utilizar una herramienta Web 2.0 concreta.

8- "Mira en tu propio patio trasero": quizás no hayas pensado en ello, pero en la propia empresa, incluso fuera del departamento informático, puede haber personal técnico cualificado para llevar a cabo todos los desarrollos necesarios.

9- "No caigas en el efecto de la publicidad exagerada": es decir, no apuestes por la Web 2.0 por la sencilla razón de que la competencia ya lo ha hecho.

10- "Mójate": para no quedarse atrás hay que persistir en la puesta en marcha de nuevas iniciativas.

Más información:
'Web 2.0'
Autor: Ismael Nafria
Editorial: Gestión 2000
Páginas: 371
Precio: 18 euros

¿Quieres promocionarte?

La experiencia profesional no es el único factor que las empresas tienen en cuenta a la hora de realizar una nueva contratación. Las referencias constituyen un punto muy importante durante la fase de selección. Y ahí juegan un importante papel el 'networking' y las redes de contacto profesionales. ¿Quiénes pueden sacarle un mayor partido? Las personas que buscan establecer relaciones profesionales interesantes y aquellas que intentan una mejora en su vida laboral.

En este punto no hay que olvidar, como señalan desde Viadeo,

que cada vez más los cazatalentos (o 'headhunters') acuden al 'networking' para localizar a los candidatos más adecuados a los puestos ofertados por las empresas. Aquí no hay que olvidar las ventajas que ofrecen las redes de contacto, en comparación con los sistemas tradicionales de búsqueda: actualización continua de los perfiles profesionales, la confianza aportada por las referencias o "la posibilidad de establecer contacto con otros emprendedores que pueden servir de trampolín para nuestra promoción profesional".

Prepárate a fondo

Barcelona Activa ofrece varios cursos centrados en el 'networking' y la Web 2.0

Si algo se hace necesario para las personas interesadas en todo el fenómeno del 'networking', es el tema de la formación especializada en este campo. Barcelona Activa, agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de Barcelona, es una de las que se ha apuntado a esta tendencia.

Entre los programas que ofrece dentro de su área formativa, figuran cuatro directamente relacionados con todo este entorno. El primero de ellos es el de 'Networking: crea y amplía tu red de contactos con internet', cuyas próximas ediciones tendrán lugar el 24 de julio y el 22 de septiembre. Tiene una duración de cuatro horas.

La segunda opción a tu alcance es el seminario titulado 'Crea y ges-

tiona tu identidad digital profesional'. Esta propuesta, de tres horas de duración, celebra su próxima edición el 29 de septiembre.

Una tercera alternativa es el programa, también de tres horas, 'Cómo utilizar herramientas Web 2.0 en tu estrategia de marketing'. La próxima cita tendrá lugar el 25 de septiembre.

Y la última de las propuestas lleva el título de 'Gestión de la seguridad en la Web 2.0'. Ésta se celebrará el 25 de septiembre, durante tres horas.

Más información:
Barcelona Activa
Tel. 93 401 97 77
www.barcelonaactiva.cat

Ya acoge a más de 1.300 comunidades estudiantiles

Estudiantes y recién titulados, también

La red de contactos Xing ha abierto sus puertas a universitarios y jóvenes que acaban de terminar su carrera creando un espacio único para ellos. Allí, los que se registren pueden encontrar su primera oportunidad laboral

Virginia Delgado Montejo ■ Mercado de Trabajo

Como ves, las redes de contacto profesionales son perfectas para encontrar esa oportunidad laboral que estás buscando. Da lo mismo si eres recién titulado o todavía estás estudiando; en estos espacios virtuales también hay un hueco para ti. Sólo tienes que saber cuál es el que más se ajusta a tus necesidades.

Precisamente, el pasado 27 de junio una de las redes que se ha expandido por España puso en marcha un espacio exclusivo para estudiantes y jóvenes que acaban de concluir su carrera universitaria. Se trata de Xing, la plataforma profesional que se quedó con eConozco y Neurona.com. Actualmente, tiene sede en Barcelona (además de la de Estambul, Pekín y la principal de Hamburgo) y trabaja en castellano.

Si te animas a formar parte de ella, sólo tienes que entrar en su web (www.xing.com) y colocar tu perfil. Es sencillo, hay una opción que permite señalar si se es estudiante o recién titulado, ahí hay que marcar. Luego hay que señalar el área de estudios, la universidad o el nivel de titulación en la parte superior. En este paso existe la posibilidad de escribir la dirección del centro de estudios. Se aconseja hacerlo, ya que se amplía el criterio de búsqueda y, por tanto, la posibilidad de localizar en la red a más personas. Xing ofrece la opción de actualizar datos, por lo que si un estudiante, que se



inscribió hace dos meses, ha cambiado su situación y ahora trabaja, tiene la oportunidad de destacarlo y, así, tomar contacto con otros profesionales de su mismo perfil.

Antes de que Xing creara este espacio, la red ya agrupaba a miles de estudiantes, que siguieron otra vía para convertirse en usuarios. Al comenzar julio, la plataforma acogía a más de 1.300 comunidades estudiantiles, entre las que están la del Instituto de Empresa de Madrid y la Asociación de Amigos de la Uni-

versidad Politécnica de Cataluña (UPC).

No lo dudes y forma parte de Xing o de otra red que consideres útil. Una u otras te ayudarán a conectar con empleadores, seleccionadores de personal e incluso con antiguos compañeros de estudios.

Aterrizaje en España

Xing aterrizó en España en 2007. Llegó arrasando, y es que adquirió el cien por cien de dos de las redes de contacto más grandes que existían en nuestro país. En marzo se hizo con eConozco y en junio con Neurona.

Un año después, la plataforma profesional cuenta con más de cinco millones de usuarios registrados. Entre ellos, hay personas de negocios y profesionales de todos los sectores que hablan cada día en 16 idiomas para gestionar su presente y futuro.

En 2006, Xing se convirtió en la primera empresa de la Web 2.0 en salir a Bolsa.

Más información:
Xing
www.xing.com

Otras redes interesantes

El libro 'Internet es fácil' de Ismael Nafría (Editorial Plataforma Actual) hace una selección. Apunta

LinkedIn: La publicación señala que es la red social profesional más importante que existe en la telaraña virtual. Una de sus áreas la de la búsqueda de empleo. Ofrece los puestos que encajan con nuestro perfil.
MySpace: "Es una comunidad en línea que te permite conocer a los amigos de tus ami-

gos". Así se presenta esta web en la que se puede compartir fotos, diarios y asuntos de interés, como pueden ser los profesionales.
Plaxo: Es una de las redes más veteranas. Cuenta con 15 millones de usuarios que de forma gratuita mantienen actualizada en internet la información de sus contactos.

Tres millones de usuarios en Viadeo

Esta red de contactos francesa ya está presente en España, Alemania, Reino Unido, Italia, Portugal, Luxemburgo, Suiza, Canadá y China

Desde luego, 2007 fue el año de la llegada de las grandes redes de contactos a España. Dos meses antes de que se ubicara aquí Xing, la francesa Viadeo hizo lo propio.

No es de extrañar que nuestro país sea el punto de mira de estas plataformas. Y es que en España hay 14 millones de internautas y es el séptimo país del mundo en acceso a internet desde el PC de casa. Además, en estos momentos, el mercado potencial de navegantes alcanza los casi 20.000 millones dentro de nuestras fronteras y el 85 por ciento piensa que la tecnología ayuda a conseguir un contacto más directo con conocidos y familiares.

Volviendo a Viadeo, hoy cuenta con tres millones de usuarios europeos y chinos. Todos ellos han creado una identidad digital allí que les ayuda a buscar otros profesionales, clientes, socios o proveedores, participar en grupos de discusión, acceder a tabloneros de anuncios y ver

ofertas de empleo, entre otras cosas.

La búsqueda es muy sencilla, ya que esta red da la posibilidad de hacerlo con palabras clave, el nombre de la persona y empresa o escribiendo el país, la ciudad o una universidad.

A través de Viadeo, se puede entrar en comunicación con cientos de personas e incluso miles. Ten en cuenta que es una plataforma de contactos y que una persona se comunica con otra, que a su vez conoce a una tercera y ésta a muchas más. No obstante, la red francesa aconseja crear grupos de unas 150 porque lo considera "más efectivo". "Es difícil recordar el nombre y las características de un número mayor. Pongamos como ejemplo que invitamos a 100 contactos y ellos aceptan la invitación. Cada uno de ellos tiene una media de otro centenar de contactos, lo que nos aporta 10.000 conexiones de segundo nivel", explican los responsables de Viadeo.



En la actualidad, las personas que deciden formar parte de una red de contactos lo hacen para buscar empleo, contactar con amigos y hacer nuevos contactos empresariales, en ese orden de preferencia. También se ha sabido que un tercio de los puestos de trabajo cubiertos anualmente en Europa son resultado directo de candidatos que utilizan el 'networking'.

Viadeo
www.viadeo.com

Diez pasos para hacer 'networking'

Si quieres formar parte de una red de contactos, toma nota de los consejos que dan la empresa Markeze Telecom y la experta en el tema Rosaura Alastruey

La empresa Markeze Telecom junto a Rosaura Alastruey, impulsora y directora de la iniciativa de 'networking' profesional ProyectosTIC, presentaron hace más de un año el 'Decálogo Markeze Telecom, la guía para realizar el mejor 'networking':

Se trata de unas recomendaciones dirigidas a sacar el máximo partido de las redes de contacto en internet. "Nuestro objetivo es ayudar a entender la utilidad que supone para los internautas poder desenvolverse con agilidad en la gestión de estos contactos virtuales, ya sea por motivos profesionales o de ocio", señalaron los emprendedores de la iniciativa.

Toma nota, seguro que te vendrán muy bien:

1- Establece tu estrategia personal.

La red de contactos debe basarse en una estrategia personalizada y unos objetivos concretos.

2- Selecciona la red más adecuada. Existen muchas, pero tienes que escoger la que se ajuste más a tus necesidades y expectativas. Se recomienda un promedio de dos o tres

3- No pagues sin valorar, sería como poner puertas al campo. Las redes no deberían contemplar peajes que, además, pueden restar valor y frenar su crecimiento.

4- No fomentes agrupaciones elitistas. No todos los contactos son iguales, pero todos son importantes. La esencia del mundo Web 2.0 es la apertura de las relaciones sociales, sin jerarquías ni discriminaciones. Todo el mundo nos aporta valor.

5- Sé sincero en la presentación de tus datos. En el mismo instante en que falseas los datos, la red pierde su objetivo y razón de ser. Ten muy en cuenta lo importante que es disponer de fotografía.

6- Actualiza el contenido de tu perfil. Es un elemento clave que el resto de la comunidad pueda estar al día de tus inquietudes, proyectos, aptitudes, iniciativas y expectativas. Aprovecha siempre el espacio que se te proporciona.

7- Respetar la privacidad. Trata de encontrar el equilibrio entre la inteligencia colectiva y el riesgo de revelar ciertos datos personales.

8- Involúcrate y sé proactivo. Es conveniente que participes activamente en las iniciativas que surjan en el seno de la comunidad e incluso atrevete a proponer de propias.

9- No agrupes contactos sin criterio. El 'networking' no es una competición por conseguir contactos. No te dejes llevar por ese deseo irrefrenable de hacer crecer sin control tu red.

10- Cultiva tus contactos. De esta forma, potenciarás el abanico de oportunidades, tanto para ti como para tus contactos. Es tan importante construir tu red como mantenerla adecuadamente. De hecho, es así como realmente ésta se retroalimenta.