

4. Tu Perfil en las Redes Personales/Profesionales

1. Redes Sociales/Profesionales

Dentro de los Social Media, Red Social hace referencia al software de interacción virtual, que sustentado en la *Teoría de los seis grados*, facilita la conexión entre las personas, y permite recuperar, mantener y ampliar contactos.

***Principio de los Seis Grados de Separación:** intenta probar el dicho de "el mundo es un pañuelo", dicho de otro modo, que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces). La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.*

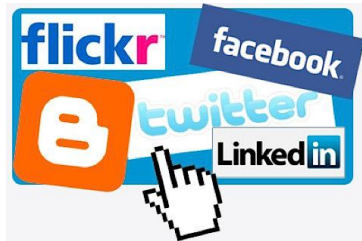
Nos encontramos en un momento en el que las personas han pasado de ser lectores pasivos de la red a participar y colaborar activamente. Se convierten en creadores de contenidos de dichas redes y en los verdaderos protagonistas de las mismas.

Este nuevo software hace que la forma de presentarse, estar y relacionarse en el mercado laboral se redefina:

- **Los profesionales** se suscriben a redes profesionales, amplían su *network*, ponen en valor sus contactos, tienen visibilidad e intercambian información e intereses sobre empresas, puestos y proyectos.
- **Los departamentos de Recursos Humanos** incorporan estas herramientas para darse a conocer y para captar talento (Ejs.: blogs y vídeos corporativos o especializados).
- **Los headhunters** (cazatalentos) y **empresas de selección** usan estas redes de forma habitual para realizar sus búsquedas: localizar candidatos e información sobre ellos.
- **Los portales de empleo** redefinen su orientación y, en lugar de ser repositorios de oferta y demanda, evolucionan a un concepto de comunidad en la que el candidato intercambia opiniones con empleados de la empresa que publica su oferta y donde puede informarse más directamente sobre el puesto.

De cara a clarificar la utilidad de las múltiples redes sociales proponemos una clasificación fácil. Así, centrándonos en las redes sociales como software encontramos dos tipos:

Redes sociales horizontales: se dirigen a todo tipo de usuarios y no tienen un contenido definido. Su objetivo final es contar con el mayor número de personas posible. El mejor ejemplo son las redes más populares de España: Facebook, Twitter y Tuenti.



Redes sociales verticales: están centradas en un tema o contenido y buscan tener como usuarios a un colectivo concreto. Así por ejemplo encontramos redes profesionales tales como LinkedIn y XING.

Tanto las redes horizontales como las verticales pueden ser utilizadas como **generadoras de reputación y de posicionamiento profesional**: podemos mostrar y demostrar nuestra profesionalidad, facilitando que nuestro perfil profesional sea conocido y reconocido por empleadores/as y empresas. Para ello, desarrollaremos aquí dos de las redes sociales más populares, **Facebook** y **Twitter**, y la red vertical más conocida en el ámbito del empleo: **LinkedIn**.

Antes de hacerlo, aclaramos que los contenidos a continuación expuestos pondrán su punto de atención en todo lo referido a los diferentes usos de estas redes de para buscar empleo y mejorar nuestro desarrollo profesional. No se trata de un tutorial acerca de su funcionamiento. Para eso, puedes encontrar abundante información en Internet (manuales y tutoriales de uso).

Empezaremos aportando unas pocas **recomendaciones generales para profesionalizar nuestro perfil en las redes sociales**:

- **Nombre de usuario.** En general, se recomienda utilizar tu nombre real o un nombre serio (éste puede ser tu marca), que te identifique. Si vas a estar en más de una red sería conveniente utilizar el mismo nombre en todas ellas, así puedes facilitar que se te encuentre. Si estás en más de una red social, trata de integrar tu presencia en Internet, aportando indicaciones o enlaces a tus otros perfiles: Blogs, Twitter, páginas de interés, etc.
- **La imagen (Avatar) de tu cuenta.** Debe ser profesional, pero cercana. Un primer plano denota autenticidad e inspira a la gente a confiar en ti. Cuando alguien te busque puede no acordarse de tu nombre pero sí podrá reconocerte mediante esta imagen.

- **Información de perfil y biografía.** Es la información que aportas y haces pública en las redes sociales. Dado que tu intención es mostrar una imagen competente de ti mismo/a, antes de incorporar una información, **valora quién la verá y qué quieres que sepan de ti.** La información recogida en un perfil varía ligeramente según la red social en la que nos encontremos, pero en general todas ellas cuentan con un espacio para, en pocas líneas, presentarnos, mostrar qué ofrecemos y/o qué buscamos (se trata de la llamada *Biografía* en Twitter o en Facebook y del *Extracto* en tu perfil de LinkedIn). Aprovecha esta oportunidad para captar la atención.
- **Contactos.** Establecer contacto con otras personas es la esencia de las redes sociales; no se trata de conseguir muchos “amigos” o “contactos” o “seguidores” sino de buscar y establecer contacto con aquellas personas que puedan contribuir a lograr tu objetivo.
- **Participar.** Una forma para participar es aportar contenidos y/o compartirlos. Es recomendable que esté relacionado con nuestros intereses profesionales, mostrando una imagen competente y profesional de nosotros mismos, que estamos actualizados, que sabemos de qué hablamos. Una de las vías de participación más interesantes son los denominados **Grupos**. Busca grupos relacionados con tu área de conocimiento o con tus intereses, date de alta o únete a ellos, y empieza a compartir información con el grupo.

2. Facebook

Hay mucha gente que utiliza su perfil personal de Facebook de forma profesional, tratando de sacarle partido para su desarrollo laboral. Este hecho ha provocado en Facebook intentos por crear redes profesionales diferenciadas del perfil personal.

Así se crearon *Branchout*, o más recientemente *Silp*.



Pero ninguna de ellas parece haber terminado de cuajar. Así, el sentido práctico de los usuarios de Facebook, ha hecho que quienes quieren dar a esta red un uso profesional se creen un perfil personal para ello, sin utilizar estas nuevas herramientas. El pensamiento generalizado ha sido “*usaré lo que ya conozco y le daré la utilidad que crea oportuna*”.

Así pues, al referirnos aquí a Facebook para uso profesional, pensaremos en la utilización de la herramienta *Perfil Personal* y no a ninguna de las utilidades creadas expresamente por Facebook y que como mencionábamos no parecen tener el resultado esperado.



Si quieres aprovechar el potencial de esta red social para tu búsqueda, tendrías que comenzar por registrarte (<http://www.facebook.com/>). Lo siguiente es **configurar tu perfil de Facebook para presentarte como profesional** serio y confiable. Tendrás que plantearte qué información quieres que los demás encuentren de ti al buscar y visitar tu perfil en esta red social, hazte las siguientes preguntas ¿quiénes pueden verlo? ¿Qué información quieres que sepan? Orientar nuestro perfil profesionalmente significa demostrar qué ofrecemos (qué sabemos hacer), y qué queremos (objetivo profesional).

Una vez que hayas hecho esto, estarás listo/a para configurar tu perfil con el fin de que aparezca en los resultados de búsqueda. Facebook nos permite habilitar un enlace (URL) directo a nuestro perfil (ejemplo: www.facebook.es/miguelcasares), así cuando un/a responsable de selección de personal desee verificar tus datos usando Internet, pueda localizarte, y dado que has cuidado y configurado tú mismo la información que contiene, al verla, se llevará una mejor impresión de ti.

Facebook no es una red profesional, sin embargo tomar contacto profesional vía Facebook podría ayudar a destacarte frente a la multitud.

Si te surgen dudas sobre el funcionamiento de Facebook puedes consultarlas en <https://www.facebook.com/help/basics>

Para crear un perfil en Facebook que pueda ayudarte profesionalmente ten presentes las siguientes recomendaciones (información basada en el artículo “9 pasos para profesionalizar tu Facebook” de Ylenia Porras):

- **Usuario, perfil y biografía.** Dentro de tu cuenta, puedes habilitar un enlace personal de Facebook modificando el **nombre de usuario**. Nunca se sabe a quién podrías conocer o qué oportunidades te puedes encontrar. Hay que editar nuestro **perfil** aportando información acorde con nuestro objetivo profesional. Visualiza tu Facebook y piensa cómo lo verán los demás: empleadores, compañeros, amigos, conocidos, etc. Plántate si “¿Hay algún contenido que desde el punto de vista profesional pueda no ser adecuado?, esto es muy importante, ten cuidado con tus asuntos personales y no aires cosas que creas que te pueden afectar de forma negativa. Puede

resultarte más útil disponer de dos perfiles en Facebook, uno personal y otro Profesional. Además, también Facebook te permite crear grupos y así tu puedes diferenciar a qué grupo quieres que cierta información “llegue o no”. De cualquier manera ten claramente separado la parte personal de la profesional. El perfil Facebook denominado **biografía** permite a quién lo visita (según el grado de privacidad del mismo) “viajar al pasado” y consultar tus actualizaciones y actividad de hace un mes, un año, o de cuándo te diste de alta en la red social. Por ello, antes de difundir tu presencia en esta red social, es recomendable repasar y, si es necesario, ocultar esa actividad de tu perfil.

- **Actualizaciones de estado.** Actualizando tu estado regularmente, te aseguras de que te tengan en cuenta y se acordarán de ti ante una vacante o información relevante.
- **Integra y participa en los grupos profesionales y no profesionales, relacionados con el empleo.** Los grupos en Facebook trabajan de la misma forma que los grupos de LinkedIn, un lugar para discutir y publicar noticias acerca de un tema en particular. Puedes añadir valor al grupo iniciando o participando en una discusión, publicando links y otros recursos en el muro, moderando o administrando secciones del grupo, etc. Una vez que ya has establecido algunas relaciones dentro del grupo, envíales una invitación de amistad. El objetivo es establecer relaciones y mantenerte informado acerca de tu sector. Esto hará que te avisen cuando hay nuevas oportunidades de empleo incluso antes de que sean publicadas.
- **Contactos Facebook.** Como bien sabes, los contactos en esta red social se denominan “**amigos**” pero, en realidad, entre esos cientos de contactos, el grado de amistad real es distinto y no quieras compartir las mismas cosas con todos. Por ello, es conveniente organizarlos en **Listas** que nos permiten editar y agrupar a nuestros contactos. Por ejemplo, puedes tener varias listas o grupos: una de amigos personales, otra de conocidos y otra profesional. Facebook, por defecto, te crea alguna de ellas pero tú puedes crearte las tuyas propias. Después configura la privacidad de éstas y así podrás decidir que contenidos pueden ir a unos o a otros. Es muy sencillo y, a la vez, útil. Amplia tu red:
 - Recupera tus contactos: busca a tus amigos, conocidos y compañeros de trabajo y formación.
 - Agrega contactos que tengan valor para tu actual o futuro empleo. No te quedes solo con lo que tienes, investiga sobre posibles contactos en la red de amigos. Muchos de ellos se describen y comentan su profesión o el lugar donde trabajan así que puede ser que te sean de interés muchas de esas personas.



- **Aplicaciones.** Controla las utilidades que agregas a tu página Facebook. No queda bien ver que una persona pasa buena parte de su tiempo con algún juego instalado en Facebook. Hay aplicaciones muy interesantes: conecta tu Facebook con otras redes, usa videoconferencia usando Skype, etc.

3. Twitter



Twitter es una aplicación web gratuita de **microblogging**. Una forma de comunicación que permite a sus usuarios/as estar en contacto en **tiempo real** con personas de su interés a través de mensajes breves de texto (actualizaciones o **Tweets**). En Twitter, los usuarios envían y reciben Tweets de otros usuarios a través de breves mensajes que no deben superar los **140 caracteres**. La estructura social se forma mediante la incorporación de personas a las que seguir y leer (**following**), y personas que se han decidido seguirte a ti (**followers**).

Una de las principales peculiaridades de Twitter es que no requiere de la aprobación del otro perfil para que podamos seguirle y unirlo a nuestra red, frente a otras redes como Facebook, LinkedIn, XING, en las que dos no son contacto o amigos si uno no quiere.

La otra peculiaridad es que los tweets son públicos, salvo que se configure lo contrario, y cualquiera puede leer tus aportaciones. Esto es una ventaja en cuanto al potencial de difusión de tu actividad. Por ello, Twitter es probablemente una de las mejores herramientas de creación de redes humanas del planeta pero para ser más eficaz conviene complementarlo con un blog o un

perfil de LinkedIn, que aporte más información de tu perfil profesional. Dado que tu perfil Twitter te da la oportunidad de añadir una dirección URL a tu perfil, elígela sabiamente.

Las maneras en que cada día puedes utilizar Twitter varían en función de quién seas y lo que te motive cada día, lo que tengas en la cabeza o lo que te traigas entre manos. Si en nuestra mente está un uso relacionado con el empleo entonces algunos de ellos podrían ser:

1.- Personal Branding: Twitter es una plataforma social que puedes utilizar para construir o complementar tu marca personal en la red. Tiene la ventaja principal de desarrollar una personalidad casual y te identifica como una identidad social que está conectada y accesible.

2.- Recibir comentarios: A raíz del primer punto, Twitter se presenta como una excelente solución para interactuar ¿Necesitas una perspectiva alternativa sobre cómo se ve el sitio web, necesitas encontrar un producto, una calle o buscas algún consejo sobre algo concreto? Envía un tweet pidiendo consejo y recibirás las respuestas de otros usuarios que quizás se hayan visto en tu misma situación, vivan cerca o conozcan el lugar donde estás.

3.- Lector de noticias: Los usuarios de Twitter a menudo comparten enlaces a sitios útiles o artículos interesantes, convirtiendo el servicio en una excelente fuente de primicias y noticias alternativas. También puedes suscribirte a cuentas de Twitter de sitios web específicos de noticias, que te permitirán recibir y ver el contenido rápidamente desde cualquier parte del mundo.

4.- Lista de Tareas: Puedes utilizar Twitter para "dejarte un mensaje" a ti mismo y recordarte alguna tarea que tengas pendiente. Puedes marcar un tweet como favorito para tenerlo archivado y no olvidar tal o cual evento.

5.- Contratar personas: ¿Necesitas un buen diseñador de logotipos, un comercial o un programador? Envía un tweet pidiendo recomendaciones y ofertando el trabajo. Esta es una manera muy rápida y fácil de contratar trabajadores independientes, y si eres observador podrás hacerte una idea de con qué tipo de persona vas a trabajar sólo leyendo su timeline.

6.- Encontrar trabajo: En respuesta al punto anterior, si buscas empleo Twitter puede ser una eficaz manera de promocionarte y de difundir tus trabajos, por eso es tan importante rellenar correctamente todos los campos del perfil (lo que además te ayudará a conseguir más seguidores).

Centrándonos en esta última posibilidad, encontrar trabajo, señalamos algunas

recomendaciones para sacarle partido a tu Twitter:

- En la elección del nombre de usuario, **relaciona tu nombre con una actividad, empresa**, así podemos facilitar que nos sigan personas con intereses afines, y compartir con ellos noticias, reflexiones, etc.
- La **biografía**, al igual que elegir bien la **imagen o avatar**, es muy importante, ya que, de forma muy breve, tienes que mostrar quién eres y qué ofreces.
- Empieza a crear tu **red de contactos**: piensa y busca a la gente clave, organizaciones, amigos, compañeros, expertos de tu sector, asociaciones, empresas, periódicos y/o bolsas de empleo. Es muy importante seguir a quienes puedan anunciar la creación de puestos de trabajo o la convocatoria de procesos de selección. Para buscar empleo o personas relacionadas con tu categoría profesional puedes comenzar por buscar en el buscador de twitter con palabras claves, como pueden ser: ofertas, empleo, ingeniero, profesor, camarero etc. A continuación te saldrán ofertas de empleo, gente que se dedica o busca igual que tú, etc. Así podrás empezar a crear tu red.
- Visita con regularidad las **cuentas de las empresas** que te interesan. A menudo, las compañías publican en Twitter vacantes tan pronto como inician el proceso de selección.
- Escribe con **regularidad**. Como mínimo, deberías publicar algo en Twitter una o dos veces al día. Si lo haces con menos frecuencia, te será muy difícil construir relaciones con tus seguidores.
- Mantener los **tweets profesionales**. No todos los tweets que escribas tienen que ser acerca de tu búsqueda de empleo, pero deben ser profesionales. Interésate por tu campo o especialidad. Compartir ideas y opiniones que demuestran tu conocimiento puede ayudarte a construirte una reputación dentro del campo que te interesa.
- Participa y usa las **etiquetas (Tags)**. Una vez que tengas activada la cuenta, no seas tímido. Twitter puede ser una forma estupenda de enterarte de la actualidad, pero no lograrás seguidores si no te lanzas a escribir, a publicar y a enlazar. Para esto, utiliza # después la palabra que queremos etiquetar.
- **Responde** a todos los que te mencionan y **retuitea**. Cuando ya nos hemos lanzado a hablar es importante que entendamos que en Twitter estamos conversando, por lo que debemos ser interactivos y responder a quienes nos hablan. Cuando se dirigen a nosotros, o nosotros queremos referirnos a alguien en concreto, usaremos la @ delante del nombre de la cuenta. Si nos han mencionado es importante que contestemos. Basta con dar a la tecla responder en el tweet que aparece debajo del tweet en el que nos han dedicado, o bien podemos escribir directamente en la cuenta que nos ha mencionado.

- **Enlaza** a contenidos propios u originales. Si lo que pretendemos es que nuestra cuenta en Twitter se convierta en un verdadero referente es fundamental que divulguemos contenidos originales e incluso propios, ya sean publicados en un blog, en una web, con una foto o un vídeo. No es una condición imprescindible para estar en Twitter pero si queremos resultar interesantes para llegar a una audiencia más allá que nuestro círculo, es fundamental que nuestros contenidos resulten atractivos para los demás, de modo que quieran saber qué es lo que pensamos, qué vamos a contar de nuevo..., y se decidan a seguirnos.

Twitter Pitch

Basado en el concepto de “*elevator pitch*” o conversación del ascensor (también llamado “*elevator speech*”). Un argumento breve que, como profesional, puedes preparar para explicar tu biografía profesional a un seleccionador o tu plan de negocio a un inversor, al hacer **Networking**.

La premisa sigue siendo poder resumir apropiadamente nuestro perfil y el puesto que estamos buscando, en los **140 caracteres** permitidos de Twitter, en función de exponer claramente lo siguiente:

- Quién eres.
- Qué tipo de empleo buscas.
- Qué aportas de interesante que pueda destacar sobre otros candidatos potenciales.

Sólo debes conocer ciertas reglas que, de manera informal, se están respetando ahora mismo en la red: es importante y fundamental ser muy concisos, debido a las limitaciones de espacio, pero a la vez, perfectamente entendibles al tratar de transmitir lo que queremos exponer. Es decir, no es suficiente con: “@senior: *Lic en ADE con experiencia busca empleo en multinacional*”. El mensaje debe indicar claramente lo que buscas, pero al mismo tiempo debe identificarte mientras destaca tu perfil. Para que tengas una idea aquí tienes un ejemplo: “***Lic. ADE c/Esp. Finanzas BCN (Madrid OK) 13 años exp. en Multinacionales Crédito, Impag. & Prod. Financieros. Inglés Catalán SAP & Ms Office***”. En este *twitter pitch* encontrarás información suficiente para llamar la atención de cualquier seleccionador que estuviese buscando un perfil similar, motivando así un posible contacto para conocerme mejor.

Tres consejos básicos antes de elaborar el tuyo:

1. **Sé profesional:** Recuerda que los que buscan candidatos en

Twitter son **profesionales de la selección**, y por eso pondrán atención en quienes también lo parezcan. Así que, lee tu “*tweet*” antes de enviarlo y verifica que lo que expones sea realmente un **resumen profesional de tu perfil**. En cierta forma es como un mini currículum vitae.

2. No olvides que estás expuesto: Buscar empleo en Twitter no implica publicar las fotos de las vacaciones, ni de dar los buenos días al mundo escribiendo que hoy desayunarás tortilla... En el preciso momento en que envías tu mensaje, Twitter ha dejado de una ser Red Social para ti y se ha convertido en una **herramienta** más para la **búsqueda de empleo**; así que recuerda que en Internet todo queda registrado para siempre. Si es preciso, abre otra cuenta para asuntos profesionales.

3. Abrevia correctamente: Para diseñar tu *twitter pitch* deberás abreviar pensando también en los **buscadores** de palabras clave o de abreviaturas clave en un **perfil**.

4. LinkedIn

Las redes profesionales tratan de poner en contacto a personas cuyos intereses profesionales son coincidentes. Este sistema pertenece a lo que se denomina *Software social*. Las dos plataformas de *networking* más significativas son *LinkedIn* y *Xing*:

- **LinkedIn.** Creada en 2002, pone en contacto a personas que tienen los mismos intereses profesionales. Se basa en lazos de confianza. Además de hacer contactos, se pueden intercambiar datos, entrevistas, propuestas laborales, etc. El principal objetivo es fomentar las relaciones profesionales, usándolas para: buscar trabajo u oportunidades de negocio basándose en recomendaciones de alguna conexión; compañías que desean anunciar oportunidades de trabajo, pudiendo los interesados marcar las que les interesen; hacer preguntas a la comunidad; formar grupos (profesionales) específicos; etc.



- **Xing.** Plataforma donde se pueden gestionar y establecer contactos profesionales. Una de sus funciones principales es visualizar la red de contactos, pudiendo un usuario ver a través de cuántos intermediarios está

conectado con otros. Adicionalmente, esta plataforma online ofrece numerosas opciones para contactar, buscar personas por nombre, ciudad, sector, empresa, áreas de interés, etc., e incluye grupos temáticos y foros para plantear cuestiones e intercambiar información u opiniones sobre temas específicos. También cuenta con una sección de ofertas de empleo.



A continuación, mostraremos con algo más de detalle el funcionamiento y características de **LinkedIn**, la red profesional de mayor incidencia en España.

Lo primero que hay que tener en cuenta para poder usar adecuadamente y sacar partido a LinkedIn es tener claro lo que es. LinkedIn **es una red profesional**. No se trata pues de una bolsa de trabajo, lo cual no significa que no podamos aprovechar parte de su potencial en nuestra búsqueda de empleo.

El adecuado uso red profesional implica su consideración como una herramienta que puede aportarnos **beneficios a medio plazo**. Es decir, apuntarse no significa disponer ya de una buena red de contactos o de incrementar inmediatamente nuestras posibilidades de encontrar trabajo. Es precisa una participación continuada en la que poco a poco se pueden ir estableciendo lazos profesionales, donde cada vez tus intervenciones y aportaciones adquieran mayor relevancia. En definitiva, la consolidación de tu marca personal en esta red requiere tiempo.

Todo lo que aquí se menciona se refiere a la cuenta gratuita de LinkedIn. La cuenta Premium (de pago) facilita profundizar más en distintas utilidades, especialmente en lo concerniente a relación con las empresas y profundización en los perfiles de las personas inscritas.

5. CONSEJOS SOBRE EL USO DE LINKEDIN

- **Define tus objetivos.** Trata de definir con precisión los ámbitos profesionales que más te interesan en los que deseas desarrollarte profesionalmente y trabajar. Un objetivo demasiado difuso e impreciso es muy poco práctico en una red de más de 120 millones de miembros. Tener claros tus objetivos te facilitará mantenerte conectado a usuarios similares a ti, extender tu red de contactos a través de ellos, y construir una reputación o marca personal.

- **Tener un perfil completo.** Ello implica al menos incluir: una fotografía personal; una lista de los aspectos más relevantes de tu currículum; recomendaciones de antiguos jefes, compañeros, clientes, ...; una línea descriptiva debajo de tu nombre. Usa palabras clave referidas a tu ámbito de acción. Define los ajustes de tu perfil sobre la base de tus objetivos. Por ejemplo, si estás utilizando LinkedIn para encontrar trabajo y en tu red hay competidores directos, es posible que quieras desactivar las actualizaciones de actividad. Por el contrario, si lo que quieres es ampliar tu red de contactos, es posible que quieras ajustar los controles de privacidad para que otros usuarios puedan ver tu nombre y título cuando estén viendo tu página.
- **Construye tu red de contactos.** Lo mejor de LinkedIn es la posibilidad de hacer networking. Busca personas, profesionales y empresas que puedan tener afinidad profesional contigo y trata de que formen parte de tu red. Revisa los perfiles de otros usuarios de LinkedIn, sobre todo de las personas y empresas que más admiras o respetas y observa el perfil de *“a quién te diriges”*.
- **Prepara tus entrevistas.** LinkedIn puede serte de utilidad para buscar información que te permita conocer algo más de las personas que puedan realizarte entrevistas de trabajo, de posibles jefes o, en definitiva, personas con las que puedas interactuar de cara a la consecución de un trabajo. Eso puede ayudarte a prepararte mejor las entrevistas de trabajo.
- **Únete a grupos de LinkedIn.** Trata de incorporarte a grupos que puedan aportarte cosas profesionalmente o de los que participen potenciales empleadores o personas que pueden ayudarte a conseguir trabajo. Comparte tus opiniones y puntos de vista en los paneles de discusión y así podrás demostrar tus conocimientos y capacidades. Los grupos son una inmejorable herramienta para hacer contactos y networking.
- **Identifica compañías y profesionales objetivo.** LinkedIn dispone de herramientas para ubicar empresas y también por geolocalización. Al conocer las empresas puedes buscar quienes son las personas encargadas de entrevistar y reclutar a nuevos empleados. Piensa en gente relevante que conoces en el mundo de los negocios en la vida real e invítalo a que forme parte de tu red profesional.
- **Promociona tu website o blog.** LinkedIn permite asociar un website o blog a nuestro perfil. Si le agregamos una buena descripción

probablemente incrementemos las visitas a nuestros sitios, lo que a su vez nos ayudará a posicionarnos mejor.

6. COMPLETA EL PERFIL

Es importante disponer de un perfil completo que ofrezca información relevante. Disponer de un perfil adecuado significa:

- **Tener un buen titular profesional (“professional headline”).** Este titular profesional está compuesto por palabras clave que nos definen y permiten que los potenciales clientes o seleccionadores puedan usarlo para localizarnos. Al completar nuestro perfil hemos de ser concretos, pero sin ser demasiado específicos para poder así ser encontrados.
 - *Tu nombre.* Pon un nombre que se identifique rápidamente contigo. Si te llamas “Gabriel Hernández” y todo el mundo te llama “Gabi Hernández”, pon “Gabi Hernández”. En la Marca Personal es muy importantes el nombre que te has construido y que sea precisamente ese nombre el que pueda identificarse fácilmente en cualquier red de la que seas partícipe.
 - *El puesto ocupado.* Si ya estás trabajando para una compañía lógicamente señalarás la ocupación que aparezca en tu tarjeta. La dificultad aparece si ya no estás trabajando, en cuyo caso puedes poner lo que hayas hecho en último lugar, o si quieres cambiar de trayectoria, entonces podrías señalar lo que quieres ser. Es muy importante la credibilidad y la honestidad. Si pones que sabes hacer algo y luego no es así, perderás confianza en la red. Para mayor claridad del puesto indicado evita tecnicismos, las definiciones en inglés y las siglas.
 - *Empresa.* Si estás trabajando pon el nombre comercial de la empresa. Y si no estás trabajando puedes poner tu localización geográfica o el sector en el que estás interesado (que sirva de orientación al que lee).
- **Tu estado (“updating”).** Muy útil para informar a los demás en qué estás trabajando. También puedes usarlo para comentar tu estado profesional (buscando un nuevo reto, asumiendo nuevas funciones de marketing, ...).
- **Tu experiencia y estudios.** Trata de usar el orden cronológico inverso (de lo más reciente a lo más antiguo). El contenido debe ser sucinto y concreto. Aunque si lo ves interesante puedes añadir funciones y responsabilidades adquiridas.
- **Tu presencia en redes.** Incluye si las tienes y las usas para fines profesionales tu Blog Personal, o el alias de tu Twitter, Son buenos

complementos a tu perfil profesional. Cuida el número y calidad de las conexiones. No es una carrera para ver quien tiene más contactos. Invita y acepta aquellos contactos que conozcas o “reconozcas”, es decir, que identifiques con algunos de tus intereses o experiencias. Si es posible pide a alguien que haya trabajado contigo que te recomiende, fortalecerá tu trayectoria profesional.

- **Tu resumen profesional y especialidades.** Desde el punto de vista de marca personal este apartado proporciona la oportunidad de posicionarse como realmente queremos que se nos perciba. Es un campo de texto libre donde podemos destacar aquello que realmente nos distingue y diferencia. Prioriza que es lo que quieres que lean primero sobre ti. Usa palabras clave.

7. HERRAMIENTAS DE ESPECIAL INTERÉS

- **Los Grupos.** Los grupos permiten unir a personas con diferentes inquietudes con el objetivo de generar valor para todos. Aquellos a los que te unas definirá mucho tus áreas de interés. Puedes unirte a grupos existentes o crear los tuyos propios que respondan a tus inquietudes profesionales. Ej.: algunos Grupos de LinkedIn enfocados a la búsqueda de empleo, orientación y desarrollo profesional:
 - Conecta HR: Networking y Red de Profesionales
 - Sales Hunters Empleo
 - Empleo y ONG
 - Directivos y Profesionales en Búsqueda Activa de Empleo
 - Herramientas para el Empleo 2.0
 - Empleo 2.0 Estrategias y Recursos Social Media para el Desarrollo Profesional
 - Talento, Carrera Profesional y Búsqueda de Empleo
 - Discapacidad y Empleo
 - Empleo para consultores SAP-SAP Jobs
 - Red de Orientación Laboral
 - Trabaja en Comunicación
 - Empleo en Marketing Interactivo y Digital
 - Empleo Deporte
 - Empleo para Investigadores Científicos (España)
 - Empleo Médicos Especialistas
 - Empleo y Marketing en Turismos y Hosteleria-Turijobs
 - Empleo y Energías Renovables
 - Empleo Cultural
 - Empleo para abogados España
 - Empleo para ingenieros
 - Empleos en Administración, Finanzas y Contabilidad
 - Trabajar en Moda
 - Contactos Profesionales Delineantes CAD
 - Telecomunicaciones Empleo
 - Trabajar y vivir en Alemania

- **La Búsqueda Avanzada.** La fuerza de la Búsqueda Avanzada de LinkedIn te posibilitará segmentar y analizar tu red de contactos para localizar tu Target (público objetivo) de interés, usando diferentes criterios: sector, cargo, empresa, ubicación, etc. Es interesante que focalices tu búsqueda en el 2º nivel de relación, ya que por un lado es mucho más amplio y rico que el 1er nivel y, por otro, con toda esa cantidad de profesionales tienes un contacto común que te puede referenciar y/o introducir. En el extremo superior derecho de los resultados de búsqueda aparece un enlace que dice “Guardar” que te permitirá almacenar las búsquedas que desees. Incluso puedes crear una alerta semanal o mensual para que los nuevos perfiles que se incorporan a tu red y que coinciden con el target definido, vayan directamente a “Búsquedas Guardadas”.
- **Mi URL.** Una URL limpia en LinkedIn puede ser ideal para darle difusión a nuestro perfil. Podemos por ejemplo, pegarlo en el currículum vitae si estamos buscando empleo o pegarlo en nuestra firma del correo electrónico para que quien lo reciba pueda acceder directamente a nuestro Perfil. Un aspecto que debes considerar y cuidar es la URL del perfil. Ten en cuenta que LinkedIn ofrece una URL por defecto. Normalmente, cuando empiezas a desarrollar tu perfil, LinkedIn te otorga una URL que podíamos llamar “sucia”. En ella aparecen no solo tu nombre y apellidos, sino también números y símbolos. Para eliminarlos y dejar la URL limpia has de hacer lo siguiente: desde la pestaña “*Editar mi Perfil*” ve a “*Perfil Público*” y clicas “*Editar*”. Aparecerá una pantalla dividida en dos partes. En la parte superior aparece una caja en la cual escribir tu nombre y apellidos. Una vez hecho clicas sobre “*Fijar Dirección*”, y listo.

5. Recursos y Enlaces de Interés

Información:

- Las redes Sociales en España y en el Mundo: <https://youtu.be/hc7TlIPBbWo>.

Redes Sociales:

- Facebook: <https://es-es.facebook.com/>.
- Twitter: <https://twitter.com/?lang=es>.
- Tutorial Twitter: <http://estwitter.com/tutorial/>

Redes Profesionales:

- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/nhome/>.
- Exprimiendo LinkedIn: <http://www.exprimiendolinkedin.com/>.
- Xing: <https://www.xing.com/>.
- Silp: <https://silp.com/>.
- Job and Talent: <http://www.jobandtalent.com/>.

- BeBee: <https://www.bebec.com/>.
- Sangakoo (Red Matemáticas): <http://www.sangakoo.com/>.
- Red Autónomos: <http://redautonomos.es/>.

6. Pon en Práctica lo Aprendido

Esta actividad puede serte de gran ayuda para la adecuada asimilación de este tema.

Recuerda que son actividades de carácter voluntario y que NO TIENES que entregarlas al profesor.

Ejercicio 1. Redes/sociales/profesionales

¿Éstas en redes sociales/profesionales? Si es así, menciona en que red estás y que actuaciones has realizado en ellas que guarden relación con tu búsqueda de empleo (Twitter pitch, Facebook profesional, cuenta en LinkedIn, ...). Si no estás en ninguna, insíbete en cualquiera que te interese (LinkedIn, Xing, Jobandtalent, etc.).

