

Càpsula: La revolució dels contactes

La web 2.0 està canviant les metodologies de captació de talent fins al punt de convertir-se en el canal preferit per a moltes empreses. Per als candidats, es tracta d'eines còmodes i de fàcil actualització, que permeten un accés directe i ràpid a persones claus en els organigrames corporatius. Per a les empreses, és un sistema ràpid i relativament econòmic d'accedir no solament al candidat que volen, sinó al que podrien necessitar en el futur, i fins i tot al que no està buscant treball. No obstant això, la web 2.0 no ha inventat res nou: els contactes sempre han estat una font valuósíssima per progressar professionalment. La diferència està en la rapidesa, l'abast i l'efectivitat amb que s'estableix d'aquest networking del segle XXI.

Fa una dècada, quan van aparèixer els primers portals d'ocupació i es donava un gir de 180° a les metodologies de reclutament, pocs podien imaginar que estàvem simplement davant l'inici d'una veritable revolució. L'entrada en escena de la web 2.0 l'ha fet possible i, ja avui, els experts afirmen que qui no utilitza les xarxes socials com a eina de recerca se situa en clar desavantatge enfront d'altres candidats. "Estem davant un canvi de paradigma, afirma Daniel Pérez, director general de Xing Espanya-. Abans les persones eren el que deien els seus currículums, ara són el que ells i uns altres diuen d'ells mateixos. La xarxa professional aporta més valor al candidat i és aquí on està la diferència: enfront d'enviar un CV sense saber qui ho va a rebre, Xing permet interaccionar i obtenir més informació de les persones que estan darrere de la marca corporativa".

La web 2.0 ha posat de plena actualitat la forma més ancestral de trobar ocupació: els contactes. A Estats Units, per exemple, el 34% dels treballadors contractats són seleccionats gràcies a un contacte, segons un estudi de la consultora Career-X Road. Està demostrat que els amics, familiars i coneguts poden ser la millor agència de col·locació i la web 2.0 ofereix una nova manera, més sofisticada, de fer networking. És molt més que una recomanació o un excel·lent boca a orella, és una xarxa d'aliats que estableix una relació *win to win* (guanyador amb guanyador).

Les referències personals són més valuoses que qualsevol CV, per molt bé redactat que estigui. Abans, tots els professionals d'un sector coneixien els noms dels grans gurus del seu àmbit d'activitat, però no tenien contacte directe amb ells. Ara es pot presumir d'estar en la seva llista de contactes o pertànyer al seu club de fans.

A hores d'ara, poques consultores i departaments de Recursos Humans dubten que estiguem davant molt més que una moda. El paper de les xarxes socials serà clau en els processos de reclutament i comportarà un canvi absolut en les maneres de veure i contemplar al candidat, per la gran quantitat d'informació que ofereixen. Però no només referent a dades acadèmiques o professionals, també es poden veure els interessos professionals que persegueix el candidat pels grups d'opinió en els quals participa i pel tipus i quantitat de contactes que formen la seva xarxa. En molts casos, s'ofereixen "referències" o

recomanacions que, encara que sempre han de ser contrastades, són una informació addicional interessant.

Espanya és el segon país de la Unió Europea per penetració d'aquestes comunitats: gairebé tres de cada quatre internautes són usuaris de les xarxes socials, que ja acaparen el 22,4% del temps de navegació en Internet, segons l'informe "La Societat de la Informació a Espanya 2009" de la Fundació Telefónica. Només l'any passat, la utilització d'aquests llocs al nostre país va créixer un 500%, seguint els passos marcats per altres països pioners. Les xarxes socials tenen un paper protagonista a Estats Units, Alemanya o Canadà, on les empreses les utilitzen de forma habitual en les seves recerques de personal qualificat. "A Espanya, malgrat existir una tendència clara a l'alça, el seu ús és ostensiblement inferior", afirma Iván Sala, Ceo de SNTalent, una consultora especialitzada en e-Recruitment.

Diversitat de suports: La recerca d'ocupació Online no només es centra a les xarxes professionals, com Xing, LinkedIn o Viadeo, sinó que s'ha traslladat fins i tot a les comunitats socials, com Facebook o Tuenti. No obstant això, només les xarxes professionals són una forma nova de trobar ocupació i candidats. La resta són maneres noves de "passar la veu", alguna cosa així com suports publicitaris en els quals s'amplifica la notícia que una empresa té una posició oberta. Però, en si mateixes, no poden convertir-se en substitutes d'un portal d'ocupació o de la pròpia pàgina d'ocupació de la companyia.

Una de les eines més completes que ofereixen les xarxes professionals als departaments de Recursos Humans són els grups corporatius, on pot integrar-se el career site de l'empresa amb totes les ofertes d'ocupació. Però al marge d'aquestes comunitats, Xing té funcions com la recerca avançada de perfils (per empresa, sector, lloc...), les recomanacions o el suggeriment automàtic d'ofertes en el perfil de l'usuari segons els seus interessos. Tot això permet arribar més fàcilment al candidat passiu, que no busca treball perquè ja el té, però pot estar disposat a afrontar nous reptes.

No obstant això, en aquest context canviant, que evoluciona a velocitat vertiginosa, no totes les eines 2.0 de captació del talent estan allotjades en xarxes socials. També existeixen blogs especialitzats en un sector o àrea professional, els micro-blogs com Twitter, les plataformes de contingut en les quals es poden visualitzar presentacions i vídeos de candidats potencials, altres aplicacions de caràcter més tècnic com a lectors RSS, tagging, gadgets, ginyes i aplicacions en línia i les plataformes de gestió de talent, en les quals es pot sol·licitar recerques de personal a les xarxes socials i professionals, com, per exemple, www.sntalent.com.

Per a alguns professionals, és Twitter, la web del microblogging en la qual els usuaris bolquen missatges d'un màxim de 140 caràcters, i és la xarxa social que ofereix millors opcions en l'àmbit del reclutament Online. Es tracta d'explicar, amb prou feines unes línies, qui ets, quina feina cerques i què pots aportar a l'empresa contractant.

Per a altres experts, el futur està en els portals d'ocupació que comptin amb les seves pròpies xarxes. És el que ofereix Jobsket.com, el principal atractiu del qual és que, una vegada que el candidat publica el seu perfil, l'aplicació calcula quin és el valor del seu currículum al mercat, basant-se en paràmetres com les companyies en les quals ha treballat

anteriorment, els llocs que ha exercit i les seves competències professionals. Una iniciativa que s'endinsa tímidament en els fonaments de la futura web 3.0, que es basarà en la recerca semàntica de continguts (pàgines capaces de comunicar-se amb altres pàgines mitjançant el processament del llenguatge natural).

També hi ha xarxes socials que permeten la inserció d'altres aplicacions creades específicament per a la recerca d'ocupació i la promoció professional. És el cas d'Easy-cv.es, una eina per crear currículums Online, o Whohub.com, una xarxa social per a professions creatives amb un potent posicionament en cercadors com Google, que facilita que el candidat publiqui entrevistes personals per donar-se a conèixer davant possibles reclutadors. El seu contingut es pot difondre en comunitats com Twitter, LinkedIn, Facebook o MySpace .

Té desavantatges la web 2.0? Els punts forts del reclutament 2.0 estan clars, però un mal ús de les xarxes pot donar també aspectes febles com:

- Requereix mantenir un observatori constant per identificar les xarxes més adequades a cada moment. El que és vàlid avui pot no ser-ho dins d'un mes i existeix un volum important de dedicació i temps que precisen aquestes noves eines. És una labor molt artesanal, ja que s'ha d'identificar d'un en un, al candidat i contrastar amb ell el seu interès i disponibilitat. No cal oblidar que les xarxes socials no són webs d'ocupació. No tots els usuaris estan buscant activament un treball, molts acudeixen amb una fi social o lúdic i, per tant, s'ha de ser summament acurat a l'hora d'apropar-se a ells.
- A més, cal tenir en compte que no totes les comunitats són iguals. És necessari segmentar per xarxa i tipologia de candidat i això requereix un alt nivell de dedicació per part dels departaments de Recursos Humans.
- Un dels perills radica en que l'empresa "forci" la seva identitat, la seva cultura per estar present en aquest tipus de canals, de manera que no transmeti al mercat i als possibles candidats el seu caràcter diferencial i el seu valor com a ocupador.

Exemples pràctics:

BBVA centra la seva experiència en xarxes d'abast global com Facebook, Hi5 i Youtube, per estendre el "Employer Branding"; i unes altres com LinkedIn, que donen suport a la recerca i selecció de candidats. Tots els canals estan connectats amb un sistema de gestió curricular, una única base de dades que optimitza el temps de treball dels reclutadors i candidats. A més, BBVA ha desenvolupat el "Campus Virtual d'Ocupació BBVA", que permet als candidats conèixer amb major profunditat el grup a través de continguts multimèdia.

Oracle disposa de la seva pròpia xarxa social interna, Connect (similar a Facebook), on es comparteixen idees, dubtes... i un espai col·laboratiu (webcenter), on es poden utilitzar wikis i gestionar els continguts de cada projecte. A més, ha exportat el coneixement a eines externes, com Facebook, Twitter, Youtube o LinkedIn i col·labora amb dos blogs especialitzats.

Accenture està apostant per les xarxes socials com una font de reclutament vàlida i efectiva

Fent créixer Europa des de l'economia local

i té ja presència en Facebook, Twitter, LinkedIn i, en breu, a Xing. Ja han tingut les primeres contractacions a través d'aquestes xarxes, i han dit que ha estat una experiència molt positiva i enriquidora.

Vodafone ha creat a través del seu portal una entrada permanent a grups específics dins de les xarxes socials Xing, LinkedIn i Job and Talent, una comunitat dirigida a perfils junior. Per ser membre del grup "Vull ser Vodafone", és necessari sol·licitar-ho, reservant-se l'empresa el dret d'acceptar o no al candidat. Una vegada formen part del col·lectiu, Vodafone manté el contacte, generant un flux d'informació mitjançant e-mails, notícies, esdeveniments, comunicació de vacants, etc. Entre Xing i LinkedIn, la comunitat contava a mitjans de març 2010 amb unes 200 persones.

El Grup L'Oréal ha apostat per una nova eina d'e-Recruitment, un joc empresarial al que han batejat com Reveal by L'Oréal que permet als estudiants de tot el món avaluar i explorar les seves preferències professionals. Els estudiants representen el rol d'un manager en pràctiques, que comença a treballar a L'Oréal i des del primer dia ha d'acompanyar al seu cap per tot el món per desenvolupar un projecte. L'objectiu és revelar el talent natural que l'estudiant té per desenvolupar una carrera professional a les diferents àrees del negoci.

Fins a setembre de 2009, la política de reclutament i selecció de **MRW** es basava en la utilització de borses d'ocupació d'importantes escoles de negoci i universitats, base de dades de CV referenciats i portals d'ocupació. Eren i són sistemes que funcionen, però la web 2.0. era molt anomenada en els fòrums de RRHH als quals assistien i varen començar a treure el nas en Xing i LinkedIn i actualment, els estan utilitzant amb èxit. Els consideren mitjans efectius, no per a tots els perfils, però sí per determinades posicions mitjanes-altes.

Randstad ha creat Jobbing 2.0, una eina Online gratuïta perquè qualsevol empresa pugui gestionar i interactuar amb els seus diferents candidats.

Data d'elaboració: març 2011

Font: Compromís i implicació, d'Olga Quintanilla. [Equipos y Talento](#)