

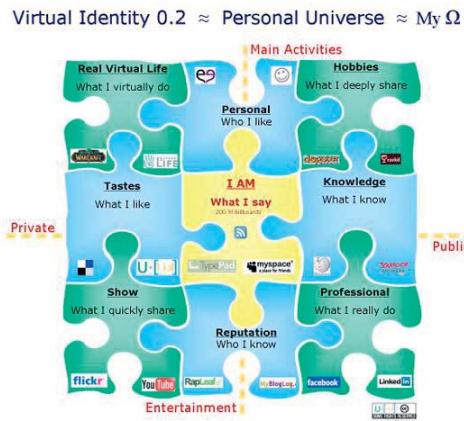


Redes sociales profesionales: imprescindibles

Una red social, o de contactos, es un servicio web consistente una plataforma (proporcionada por alguna empresa) en la que los usuarios, una vez dados de alta en ella, pueden acceder a los perfiles personales o profesionales de otros miembros y ponerse en contacto con ellos. Las diferentes maneras de contactar con terceros dependen de las distintas redes. En algunos casos puede ser de forma directa, y en otros se realiza por medio de invitaciones o de presentaciones virtuales de personas que son contactos comunes. Esas presentaciones indirectas están completamente automatizadas. A la mayoría de estas redes se accede por invitación de alguien que ya sea miembro de ellas.

Las redes sociales, desde un punto de vista laboral, pueden ayudar a mejorar las ventajas competitivas de una empresa y las oportunidades de empleo de un profesional. Además sirven para:

- Buscar a colegas de profesión o de sector empresarial, con los que compartir experiencias.
- Localizar a proveedores para mejorar el proceso de ventas de la empresa.
- Encontrar a clientes con los que ampliar nuestra cartera y nuestro mercado.
- Realizar investigaciones de mercados y prospectiva comercial.
- Presentar en un entorno profesional nuestros bienes, servicios y eventos.
- Dar a conocer cualquier iniciativa, actividad, proyecto, interés o inquietud que se pueda tener.
- Crear grupos de discusión y de trabajo sobre cualquier área de



negocio, de investigación o relacionada con el mundo de la empresa.

- Mantener la libreta de direcciones de nuestros contactos siempre actualizada.

Hay dos tipos de redes sociales las de "Ocio y entretenimiento" y las de "Negocios e intereses profesionales". Las primeras pueden ser interesantes desde un punto de vista empresarial para localizar

nichos de mercado de potenciales clientes finales. Por ejemplo, si vendemos apartamentos en campos de golf, estancias en hoteles o material de golf, estar presente en los numerosos grupos del citado deporte que hay en las redes sociales puede ser una forma de contactar con nuestros potenciales clientes. Así que, -sexo y ligoteo aparte-, no hay que desestimar desde el punto de vista de negocios a las redes donde se dan cita los usuarios que comparten aficiones y que sólo buscan divertirse y encontrar a personas afines.

► Redes por invitación

Mucha gente me pregunta: "¿Qué hay que hacer cuando se recibe una invitación a una red social?". Yo siempre aconsejo aceptarla. Ante la duda, es algo que no cuesta nada y que puede darnos acceso a un lugar donde



encontremos a alguien que nos interese mucho. En cualquier caso, si una red no convence, una vez dentro siempre se puede dar uno de baja sin problema alguno.

Bastantes profesionales rechazan las invitaciones de las redes sociales por miedo al spam o correo basura. En este sentido tengo que apuntar que después de más de cuatro años siendo miem-

mal uso del correo de sus usuarios. Es más, en todas hay formas de bloquear a los usuarios molestos y de denunciar sus actividades poco éticas o ilegales ante la plataforma.

Una vez dado de alta en una red social, hay que fijarse en si es de ocio o de negocios, o de ambas cosas. Y, en función de lo anterior, crear nuestro perfil. Es aconsejable en todos los casos añadir una foto

"En general, todas las plataformas de redes sociales tienen muy perfeccionado el sistema de antispam"

bro de unas 20 redes, el único tipo de *spam* que he recibido ha sido el que, de manera indirecta, me ha podido enviar algún usuario que está entre mis contactos y que no cesa de invitarme a todas cuantas actividades realiza.

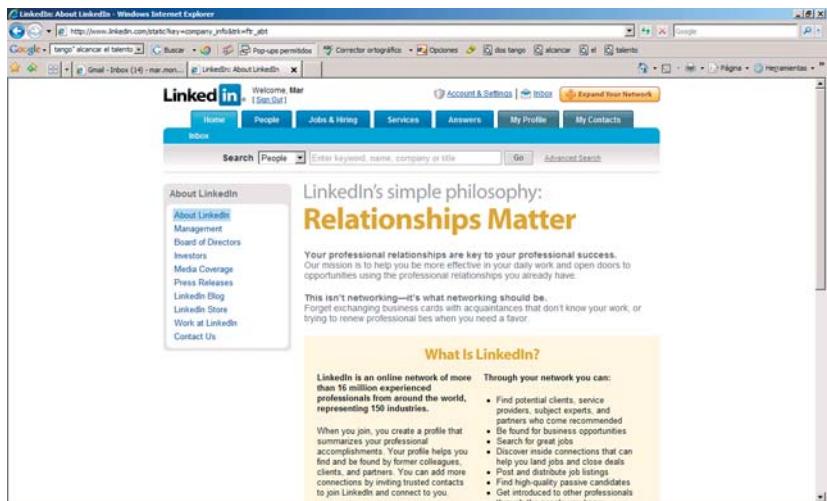
En general todas las plataformas de redes sociales tienen muy perfeccionado el sistema de *antispam*. Todo se envía de un modo indirecto y a mí no me consta que esas empresas, ninguna de ellas, hagan

y que no sea la del DNI. Mejor alguna imagen nuestra un poco más espontánea y natural, si bien hay que pensar en una foto de la que no nos podamos arrepentir en un ambiente profesional. Digo esto porque hay personas que sin pensarlo dos veces suben a su perfil fotos de broma de cuando eran pequeñas, disfrazadas o semidesnudas, etc. y no se les ocurre que esa foto la pueden ver sus clientes, sus jefes, sus colegas de profesión o algún cazatalentos.

También es cierto que en muchas redes se puede controlar el nivel de acceso a los diferentes contenidos del perfil y por ejemplo; la red Facebook permite que tengamos una foto seria en la parte de relaciones laborales y en paralelo que el acceso al álbum de fotos personales con imágenes más alocadas solo esté disponible para nuestros amigos. En cualquier caso, y ante la duda, hay que ser cautos y añadir en estas redes profesionales las menos tonterías posibles.

No es buena idea publicar en el perfil algo que pueda ser ofensivo a otros usuarios ni que de una pobre imagen de nosotros mismos. Hay que tener en cuenta que las redes sociales son un sustituto de las *vanity pages*, es decir, de las páginas web personales donde la gente presenta en Internet su *curriculum*. También lo están siendo de los portales de intermediación laboral tipo Infojobs. La gente, cada vez más, añade solicitudes de empleo y ofertas del mismo en estas nuevas plataformas porque se sabe que numerosas empresas de recursos humanos y de *head hunters* llevan a cabo una búsqueda avanzada de perfiles en las redes sociales profesionales para hacer ofertas directas a personas en activo.

Además, hay que tener en cuenta que, en el espacio destinado al perfil de un usuario en una red social, existe la posibilidad de crear una página y que esta además puede ser recogida en los resultados de una búsqueda de Google. Además en la misma plataforma se puede crear un *blog* y hay acceso a *chats*, foros y otras funcionalidades. Estas últimas mejoran además en algunas redes cuando se paga una cantidad mensual para ser un "usuario premium".



Principales redes sociales profesionales

Al parecer, las redes sociales profesionales o de negocios son más estables que las de entretenimiento. Esto es debido a que los usuarios que las integran las consideran como una excelente herramienta de trabajo basada en Internet. Entre las redes de este tipo que están más consolidadas tenemos:

Xing (xing.com)

Nacida en Alemania como proyección virtual del club financiero de Hamburgo y otros. Con casi 4 millones de usuarios es la red de mayor influencia

en Europa entre otras razones porque se presenta en 16 idiomas. En poco tiempo ha adquirido a Neurona (una de las principales redes españolas con 850.000 miembros tanto de España como de Sudamérica) y a Econozco, otra red con fuerte implantación en el viejo continente.

Viadeo (viadeo.com)

Surge en Francia en junio de 2004 y es la empresa europea de referencia en redes profesionales. En España se lanza en Enero de 2007. Cuenta con más de un millón de profesionales. Esta red de contactos ofrece entre otras muchas utilidades los denomina-

dos Clubes Viadeo que son un recurso muy útil para implementar en asociaciones, empresas y corporaciones.

Linkedin (linkedin.com)

Es una red californiana que cuenta con más de 16 millones de usuarios en los 5 continentes y de todo tipo de profesiones. Solo está en inglés. Linkedin se planteó como un sustituto a los portales en los que los profesionales dejan sus currículums. En este caso son los usuarios los que ponen referencias cruzadas y mutuas de otros profesionales. Solo acepta a usuarios que hayan sido recomendados por otros y los somete a una evaluación previa.

Facebook (facebook.com)

Aunque fue fundada en febrero de 2004 en California, solo lleva abierta al público desde 2006. Cuenta ya con 37 millones de usuarios y miles de subredes de sectoriales de negocios. Con un riguroso sistema de control de la privacidad ayuda que se den de alta en esta red las personas más cautelosas. Esta red, que solo se presenta en inglés.

Orkut (orkut.com)

Fue creada, en enero de 2004, por la empresa Google. La aplicación toma el nombre de su autor, un programador turco afincado en Estados Unidos de la Universidad de Stanford, llamado Orkut Buyukkokten. El objetivo de esta red es servir de soporte a comunidades virtuales y facilitar la relación entre los participantes. Es un ejemplo de red mixta entre entretenimiento y negocios. Es muy interesante para hacer investigación de mercados en Internet. Con más de 50 millones de usuarios tiene la ventaja de integrar las utilidades de Google.



- Doostang (doostang.com)
Fundada en 2005 por Mareza Larizadeh de la Universidad de Stanford y Pavel Krapivin del MIT.

Cuenta con más de 300.000 usuarios entre las principales universidades americanas y entre las empresas más tecnológicas. Se ha

“Hay que tener en cuenta que las redes sociales son un sustituto de las vanity pages, es decir, de las páginas web personales donde la gente presenta en Internet su curriculum”

convertido en la principal plataforma de reclutamiento de profesionales. Algunas compañías que han contratado a miembros de ésta red son: Google, Apple, eBay, ABC, Goldman Sachs, Nike, Apple, KKR, Chanel, MTV y Bill and Melinda Gates Foundation.

► Wealink (wealink.com)

Fundada en 2004 por la compañía china de inversiones United Capital Investment se define a si misma como un banco de capital social. No es una red profesional en sentido estricto ya que sirve laboralmente y para el entretenimiento. En la actualidad cuenta con 46 millones de usuarios en su mayoría gente joven china que mezclan sin problemas el ocio y los negocios.

► SiliconIndia (siliconindia.com)

Esta red tiene como objetivo conectar a los profesionales de la India con intereses comunes a lo largo del mundo. Con 100.000 usuarios organiza encuentros tanto en India como en Estados Unidos para facilitar que sus usuarios sean contratados por compañías de todo el mundo. De hecho así ha ocurrido y por parte de empresas como Microsoft, America Online, y Cisco. Su éxito le ha llevado a que le hayan salido rivales como Francisco's techTribe y NEN Online.

Finalmente me gustaría añadir que, si el lector o lectora de estas páginas quiere que le envíe una invitación para acceder a: Xing, Linkedin, Viadeo, Orkut, Facebook, o Neurona, no tiene más que pedírmelo en un mensaje de correo electrónico a la cuenta: mar.monsoriu@gmail.com. Con mucho gusto haré llegar a los lectores de BIT que lo deseen esa puerta de acceso a las redes sociales profesionales. ♦