



Cómo la red social modificó las modalidades de búsqueda de talentos en el país. El *e-recruiting* y los casos de Techint, MercadoLibre, Globant, Isenbeck, Nokia y Manpower.

POR JULIETA TARRÉS

Alejandra Verlini descubrió LinkedIn por recomendación de un amigo. Hace dos años, la diseñadora gráfica ingresó sus datos personales para crear su perfil en la primera red social laboral creada para profesionales. Y, sin buscarlo, recibió una oferta laboral vía e-mail de una reconocida agencia de publicidad. La propuesta era tentadora, pero como Verlini no estaba interesada en cambiar de trabajo, la descartó. A Lucía Pérez Sosto, licenciada en comunicación social de 27 años, le ocurrió algo similar. La contactaron por mensaje privado en LinkedIn cinco meses después de que hiciera público su perfil en ese site. Una consultora de investigación de mercado

le hizo una oferta formal y Pérez Sosto, que tampoco buscaba trabajo, aceptó quince días más tarde.

Como Verlini y Pérez Sosto, más de 1,8 millones de argentinos exhiben

**LA ARGENTINA
OCUPA EL LUGAR
13 DEL MUNDO
EN CANTIDAD DE
USUARIOS.**

sus credenciales y habilidades laborales en esa vidriera virtual a fin de estar visibles en el mercado. Según los especialistas, el objetivo de quienes usan activamente esta red social

corporativa es no dejar pasar buenas oportunidades laborales, incluso a pesar de que ya tengan un empleo con el que estén conformes.

La irrupción de LinkedIn en la industria laboral revolucionó la manera de reclutar personal en empresas e instituciones de todo el planeta. El mercado argentino no es ajeno a esa tendencia que crece cada año. Las consultoras de recursos humanos y los *headhunters* reconocen que es una herramienta eficiente y sumamente rápida. Y para las grandes empresas se convirtió en un instrumento indispensable a la hora de aumentar sus nóminas.

Hoy, las empresas argentinas recurren al reclutamiento 2.0, también llamado *e-recruiting*. Seleccionan currículums por medio de portales

de empleo y rastrean la “huella digital” de los candidatos en danza en redes sociales, blogs y portales de fotos y videos, como Flickr y YouTube. Desde hace tres años, los departamentos de recursos humanos de grandes compañías en el país se están adaptando a recibir información digital, actualizada y activa de los aspirantes a puestos de trabajo.

La llegada de las redes sociales al universo de la búsqueda laboral cambió también la forma de crear un currículum vitae. Según los expertos en RRHH, ahora son cartas de presentación más creativas, justamente porque pueden ser interactivos. Son cada vez menos las personas que resumen su vida laboral y personal en una página A4. Hoy, es más común leer perfiles en los que proliferan las imágenes; los videos; y la mención acotada de hitos laborales acompañados de enlaces a sitios que amplían la información citada.

LINKEDIN, LA RED SOCIAL creada para uso laboral y profesional que nació hace nueve años en Silicon Valley, fue un éxito instantáneo porque llegó para agrupar y unificar todas estas nuevas formas de buscar empleo. Durante su primer mes de vida conquistó a 4.500 seguidores, que se multiplicaron rápidamente y hoy supera los 160 millones en todo el planeta.

La mayoría de los directores de recursos humanos de empresas con más de 400 empleados reconoce que este el portal ideado por el californiano Reid Hoffmann también revolucionó la búsqueda laboral en el país. La Argentina ocupa el lugar 13º a nivel global en cantidad de usuarios registrados. Países como Japón, Alemania e Indonesia tienen

REDES SOCIALES EN LA ARGENTINA

¿Cuántos usuarios tiene cada una?



Facebook

Es “la” red. En la Argentina, crecer y crece.

20 Millones



Twitter

El último hit local. Tribuna de discusión.

7 Millones



MSN

La red de Microsoft. Chat, mail y más

14 Millones



LinkedIn

Para profesionales y reclutamiento.

1,8 Millones

menos usuarios de LinkedIn en la Argentina. En la región, la Argentina, Brasil y Chile suman 10 millones de perfiles.

Globant, la mayor desarrolladora local de software, basa su estrategia de contratación de personal en LinkedIn. Mercedes MacPherson,

“ES MASIVA, POPULAR Y GRATUITA. ESTÁ AL ALCANCE DE TODOS”, DICEN EN GLOBANT.

la *recruiting manager* de la empresa con 2.500 empleados, utiliza desde hace ocho años los beneficios que le brinda gratuitamente esta red social. “Es la herramienta más potente que tenemos en el mercado para seleccionar perfiles que le sirvan a la compañía”, explica la ejecutiva que,

además, paga un *fee* mensual para publicar avisos clasificados en la red.

El servicio que LinkedIn brinda en la Argentina es gratuito para la mayoría de los usuarios, pero tiene costo para quienes necesitan personalizar la herramienta. La empresa estadounidense cobra un promedio de US\$ 25 dólares por cada aviso y comercializa paquetes corporativos por US\$ 50 promedio al mes para que las compañías puedan contactar en forma directa, y sin intermediarios, a potenciales empleados que tienen sus perfiles ya cargados en la red.

“Hoy, todas las compañías medianas y grandes que necesitan tomar gente en forma permanente usan LinkedIn. Sobre todo las que buscan talentos,

como Globant. A diferencia de Bumeran y de otros sites, esta red social es masiva y al ser gratuita, muy popular e internacional está al alcance de todos. Eso la hace poderosa y más eficiente”, opina MacPherson.

Mercado Libre también basa su búsqueda de talentos en LinkedIn, aunque utiliza otras redes sociales como complemento. Según Giselle Chanis, gerente de RRHH para IT del sitio de subastas más grande de la región, este portal multifunción le permite al sitio de subastas online llegar y acceder personas que no están buscando trabajo. “Para cubrir cargos ejecutivos usamos una red propia de personas referidas, sobre todo en la industria de IT”, explica Chanis.

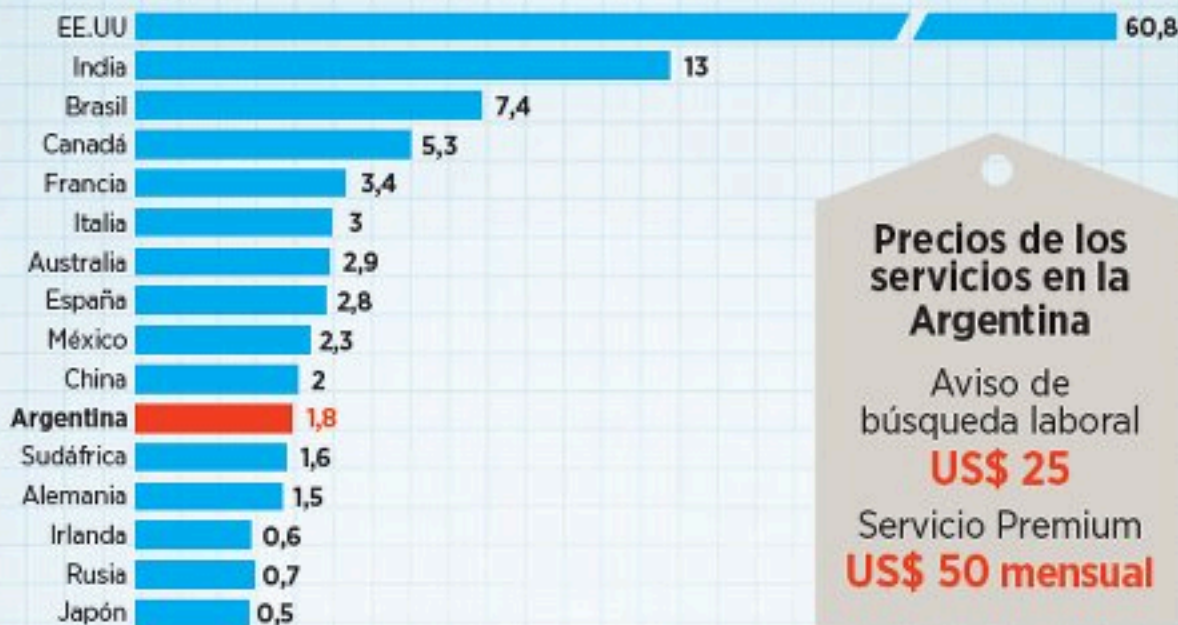
Pero no sólo las empresas de tecnología emplean gente con la ayuda de LinkedIn. En la Argentina hay empresas industriales que usan a la red social como una aliada a la hora de reclutar talentos y ocupar cargos jerárquicos.

LOS NÚMEROS DE LINKEDIN EN LA ARGENTINA



Usuarios, costos, división etaria y por sexos y cómo se distribuyen por industria en la región.

Usuarios por país



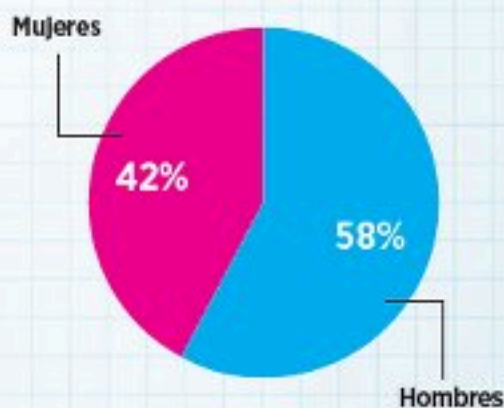
Precios de los servicios en la Argentina

Aviso de búsqueda laboral
US\$ 25
Servicio Premium
US\$ 50 mensual

Usuarios por edad



Usuarios por sexo



Usuarios por Industria en América Latina

En una distribución muy atomizada en la región se imponen industria (12,5%) y tecnología (11,5%), que es el primer rubro a nivel global.



Cervecería Argentina SA (CASA), fabricante de la marca Isenbeck, usa LinkedIn como fuente de reclutamiento. La empresa, que emplea a 400 personas en todo el país y tiene planta en la localidad bonaerense de Zárate, amplió su dotación en un 20% en el último año mediante búsquedas pagas que realizó en la popular red social. Flavio Membrino, vicepresidente de RRHH de CASA Isenbeck, la define como una base de datos muy útil y complementaria para recavar información de perfiles laborales. “La usamos como fuente primaria de reclutamiento, sobre todo para cubrir vacantes en posiciones jerárquicas. Pagamos un fee mensual muy conveniente para publicar búsquedas. Es un servicio muy económico comparado con los costos

RECLUTADORES, Y CAZA TALENTOS, LOS QUE MÁS APROVECHAN ESTA RED SOCIAL.

de los clasificados agrupados de los grandes diarios”, dice Membrino.

El Grupo Techint, la mayor corporación industrial del país, es otra de las empresas que utiliza los beneficios de la red social en el mercado local. Pero a diferencia de las demás, la compañía de la familia Rocca creó TJobs.com.ar, su propia red para simplificar la selección y contratación de personal, que tiene presencia en otras redes, como LinkedIn. La mayoría de las incorporaciones que hace Techint al año surgen de algunos de los 1.800 usuarios únicos que se contactan con la empresa mediante este portal global.

Hay otras empresas que usan a LinkedIn sólo para chequear datos

de aspirantes y postulantes. En las oficinas locales de Nokia, el fabricante finlandés de teléfonos móviles, las búsquedas se hacen en general dentro de la propia empresa. “La política de la compañía es favorecer con ascensos a los empleados, pero cuando se hacen búsquedas afuera se usan LinkedIn para chequear el perfil de los candidatos postulados para cada puesto”, explica Agustina Ruiz, gerente de comunicaciones para Nokia Cono Sur.

Las consultoras especializadas en recursos humanos utilizan los servicios gratuitos de LinkedIn con dos objetivos: el reclutamiento y las gestiones comerciales para terceros. Es el caso de Manpower, que trabaja

TECHINT USA LINKEDIN, AUNQUE DESARROLLÓ UNA RED PROPIA.

mediante foros especializados que funcionan dentro de la red, como por ejemplo la minería, para seleccionar los mejores perfiles para cada posición y acercarle así a sus clientes a los candidatos indicados. “También asesoramos a los expertos en RRHH de las empresas con las que trabajamos para que sepan como usar este tipo de herramientas”, asegura Luciano Kloboucek, director de marketing de la consultora.

Los cazadores de talentos y grandes reclutadores de personal son los más beneficiados con la existencia de LinkedIn en el mercado local. Es una herramienta indispensable, aunque complementaria a las propias bases de datos de cada consultora.

Para Diego De Bella, director de Cetras RH, la red que agrupa perfiles laborales en una comunidad

QUÉ TIENE QUE TENER EL PERFIL IDEAL EN LinkedIn

1. **Primero, la experiencia laboral y todos los aspectos de un CV convencional.**

Empresas, cargos ocupados, períodos y logros alcanzados. También, otros conocimientos: herramientas complementarias con las que cuenta el interesado (idioma e informática). Intereses, reconocimientos y premios (tanto en lo profesional como en lo personal).

2. **Objetivos claros.** Otro *must* del mundo tradicional. Detallar qué se busca desarrollar, cuáles son las principales fortalezas y distinguir responsabilidades en el puesto actual de una forma breve. Todo esto hace que un CV sea más atractivo para los consultores.

3. **Referencias 2.0.** La red social aporta este extra fundamental y muy observado. El interesado obtiene recomendaciones de otros profesionales con los cuales haya trabajado, como jefes, colegas, colaboradores, proveedores o clientes. Es un dato más de relevancia en el proceso de selección que puede ser chequeado por las empresas o consultoras, en caso de decidir avanzar en la contratación.

4. **Idiomas.** Es muy recomendable crear el perfil tanto en castellano como en inglés, dado que esto incrementa las posibilidades de ser contactado por empresas globales.

5. **Sea profesional.** Empezando por la foto: nada relacionado a la vida social, como es común en otras redes sociales. Ser consciente de qué información se comparte tanto con los contactos dentro o fuera de la lista. Por esta razón es importante tener presente las herramientas de confidencialidad para definir los parámetros.

6. **Privacidad.** Es un factor fundamental, se tiene que medir el impacto de lo que se dice. Por lo tanto, si el candidato sabe que utilizará una red social para buscar trabajo, debe ser consciente de lo que dirá, seleccionar dónde y con quién compartirá la información.

online es cada vez más relevante a la hora de seleccionar recursos humanos para las empresas. “Hoy más que nunca la gente se prepara para hacerse ‘empleable’, se pone atractiva ante los ojos de las empresas. Pero para que eso sea efectivo, es vital comunicarlo”, opina. A diferencia de lo que ocurre con la presentación de un currículum vitae convencional, De Bella afirma que LinkedIn permite a sus usuarios dar a conocer sus habilidades e intereses laborales de manera activa.

Agustín Ravinovich, gerente financiero de la consultora Michael Page, también ve a LinkedIn como a una herramienta complementaria para su trabajo diario. “Es poderosa, aunque limitada. Usamos bastante el servicio para conseguir candidatos. Tenemos que tener un abanico de propuestas para nuestros clientes, las empresas”, afirma el ejecutivo.

María Nicholson, consultora con más de 14 años de experiencia en el mercado local, coincide con su colega. “Es una herramienta ultra potente que sirve de vidriera para que la gente exhiba sus perfiles y referencias laborales”, explica. Para Nicholson Headhunting es tan importante LinkedIn a la hora de reclutar talentos que pagan un *fee* mensual de US\$ 30 para tener un servicio con beneficios adicionales a los que se accede de forma gratuita. “LinkedIn tiene diferentes niveles de servicio, y nosotros usamos el más avanzado”, agrega Nicholson.

Los expertos locales dan cuenta del valor agregado que LinkedIn le aportó a las áreas de recursos humanos en el mercado laboral argentino. Esta herramienta digital se convirtió en el barómetro para medir la veracidad y la calidad de los contactos profesionales. Un win-win para las dos puntas del mercado en el que esta red social laboral también gana. 