

Marketing Personal en la Red para la búsqueda de empleo

Ignasi Sebastià Oriol

25 horas

Ignasi Sebastià Oriol



Barcelona (1966). Licenciado en Informática por la UPC.

Responsable de las líneas de servicios de tecnología y de formación de la consultora Marseb Consulting. Consultor de Tecnologías de la Información de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación, consultor del máster de Telemedicina y consultor de Competencias TIC en la UOC. Formador interno de la Escuela de Administraciones Públicas de Cataluña (EAPC). Ha realizado diferentes proyectos nacionales e internacionales relacionados con los entornos virtuales, aprendizaje virtual, Web 2.0 y sistemas gestores de contenidos.

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 5 |
| Establecimiento del objetivo profesional y estrategia | 6 |
| Currículum vitae | 7 |
| Utilización de las herramientas Web 2.0 para la busca de trabajo | 8 |
| Marketing personal | 9 |
| Identidad digital profesional | 9 |
| Compatibilidad presencia personal y profesional | 10 |
| Herramienta que elegir | 11 |
| Redes sociales | 13 |
| 1.1. Qué es una red social | 13 |
| 1.2. Estructura y características de las redes sociales | 13 |
| 1.3. Tipos de redes sociales | 14 |
| 1.3.1. Redes sociales generalistas | 14 |
| 1.3.2. Redes sociales profesionales | 19 |
| 1.3.3. Redes sociales específicas | 20 |
| Encontrar trabajo en las redes sociales..... | 23 |
| 1.4. ¿Cómo puedo pertenecer en una red social?..... | 25 |
| 1.5. ¿Cómo encontrar trabajo en las redes sociales?..... | 26 |
| 1.6. Consejos para buscar trabajo en las redes sociales..... | 27 |
| Facebook..... | 29 |
| 1.7. ¿Por dónde empezamos en Facebook? | 29 |
| 1.8. Compartir en Facebook..... | 30 |
| 1.9. Otras opciones en Facebook | 34 |
| 1.9.1. Editar perfil y configuración de privacidad..... | 34 |
| 1.9.2. Las páginas de Facebook o de “FANS” | 37 |

| | |
|--|----|
| 1.9.3. Los grupos..... | 38 |
| 1.9.4. Las aplicaciones..... | 39 |
| Twitter..... | 41 |
| 1.10. ¿Por dónde empezamos en Twitter?..... | 41 |
| 1.11. ¿Qué podemos hacer en Twitter?..... | 42 |
| LinkedIn..... | 46 |
| 1.12. ¿Por dónde empezamos en LinkedIn?..... | 46 |
| 1.13. ¿Qué puedo hacer con LinkedIn?..... | 46 |
| 1.14. Únete a LinkedIn..... | 47 |
| 1.15. Opciones principales de LinkedIn..... | 50 |
| Bibliografía..... | 57 |

Primero afectó a los ámbitos personales, pero actualmente llega a todos los ámbitos profesionales. En un mercado laboral cada vez más competitivo, debemos aprovechar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (a partir de ahora TIC).

En Internet hay muchos lugares, recursos y herramientas para buscar ofertas de trabajo:

- a) Portales de busca de trabajo.
- b) Bolsas de trabajo de las empresas.
- c) Consultoras especializadas en recursos humanos.
- d) Redes sociales.
- e) Blogs.
- f) Microblogs.
- g) *Multimedia Sharing*.
- h) Vídeo CV.

Nos centraremos en las redes sociales porque:

1. Según el análisis de una empresa de orientación laboral especializada en Internet, un 89% de las compañías utilizan las redes sociales en sus procesos de selección.
2. En el 2011, el 80% de las compañías ya han utilizado LinkedIn para encontrar candidatos, el 45% Twitter y el 50% ha utilizado Facebook.

Esto significa que hay personas que encuentran trabajo a través de las redes sociales.

Sin embargo, el análisis advierte que se ha tener en cuenta la información que las personas que buscan trabajo incluyen en sus perfiles digitales, dado que uno de cada tres seleccionadores rechazó candidatos por alguna información que encontró en la Red.

2 Establecimiento del objetivo profesional y estrategia

En cualquier proceso de búsqueda de trabajo, sean cuales sean las herramientas que usemos, debemos definir cuál es nuestro objetivo profesional, a corto, medio y largo plazo. Así determinaremos la estrategia para conseguir estos objetivos, es decir, qué actuaciones debemos seguir y cómo debemos hacerlas.

Para realizar una busca activa y planificada, es preciso diseñar tu propio plan estratégico personal, mediante tres ejes:

1. Define claramente tu objetivo profesional.

Si no tienes claro lo que buscas, será mucho más difícil que lo encuentres. En el momento en el que sepas lo que quieres, verás que el camino para llegar es sencillo.

- ¿De qué queremos trabajar?
- ¿Cuáles son los requisitos que demanda actualmente el mercado de trabajo?

2. Realiza un autodiagnóstico.

Una vez sepas lo que quieres, debes determinar si tienes lo que se necesita.

- ¿Qué sabemos hacer?
- ¿De qué tenemos formación y experiencia?
- ¿Cuál es nuestro perfil?

3. Diseña tu busca de trabajo.

Una vez estás totalmente capacitado/a y preparado/a para ejercer lo que se te pedirá en un puesto de trabajo, deberás planificar cuidadosamente dónde buscarlo.

3 Currículum vitae

El currículum vitae (CV) es la historia de vida de una persona y una herramienta fundamental para encontrar trabajo. Consta de una descripción resumida de los datos personales, los estudios, la trayectoria y la experiencia profesional.

Tradicionalmente, el CV se daba en papel, y con la incorporación de los ordenadores personales, en procesador de texto o PDF.

Ahora, en la era de la Web 2.0, se pueden realizar CV más atractivos y de acuerdo con la oferta de trabajo que te interesa:

- Mejorando la apariencia de tu CV mediante diferentes herramientas.
- Adjuntando tu mejor fotografía a un CV o a un portal de ocupación.
- Transformando tu CV en un archivo digital a través de diferentes aplicaciones.

- Utilizando herramientas de marketing personal en la web, como los CV en línea, blogs o vídeo currículum, entre otras aplicaciones.

El currículum debe exponer con claridad los conocimientos, las competencias, las habilidades, la experiencia, etc., que te hacen ser el candidato idóneo por la oferta de trabajo que licitas.

4 Utilización de las herramientas Web 2.0 para la busca de trabajo

En un mercado laboral cada vez más competitivo, el uso de las TIC para la busca de trabajo es cada vez más frecuente.

La utilización de estas tecnologías puede ser reactiva, es decir, consultar diferentes portales y bolsas de trabajo, contestando ofertas; o puede ser proactiva, vendiendo con contenidos interactivos nuestra experiencia y valía.

La Web 2.0 te permite publicar, compartir contenidos e incluso usar los creados por otros usuarios. Antes de Internet y de la Web 2.0, los usuarios solo recibíamos información. Ahora podemos hacer también de emisores.

Un servicio Web 2.0 permite:

- **Publicar fácilmente.** Ya no hay que saber de diseño web o programación informática: puedes elegir entre plantillas prediseñadas y personalizar el tipo de letra, los colores, las fuentes, etc.
- **Compartir contenidos**, ya sea con unas cuantas personas o con todo el mundo.
- **Recibir contenidos** procedentes de otros sitios de manera automática y sin la necesidad de copiar y pegar, y permitir que otros reciban los tuyos.
- **Demostrar que tu experiencia laboral es real.** No hay nada como publicar regularmente aportando contenidos y comentarios en la Red.
- **Demostrar tu dominio de la tecnología actual.** El hecho de poder demostrar a un posible seleccionador que controlas las herramientas 2.0 es un “plus” a favor dentro de tu candidatura.
- **Mostrar que sabes redactar con propiedad.** Tus contenidos, tweets y artículos son una muestra de que sabes redactar con propiedad. Independientemente de que el trabajo que busques no esté relacionado con

escribir, el hecho de saber redactar es sinónimo de buena formación académica y de cultura.

- **Demostrar que sabes comunicarte y trabajar en equipo.** La Web 2.0 es comunicación pura y dura. Es un foro activo y con vida propia que escucha, habla y se mueve al ritmo de los debates que nacen y se transforman en él.

Una buena gestión de la participación en la Web 2.0 es tan importante como antiguamente eran las referencias o recomendaciones escritas. Por ello es tan importante hoy en día mantener alguna actividad social o comunicacional de este tipo, si se quiere conseguir un puesto de trabajo.

En resumen, cualquiera de nosotros tiene al alcance las herramientas de comunicación Web 2.0 para producir información propia y dejar de ser tan solo un consumidor de información y convertirse en un productor.

5 Marketing personal

Si consultamos la Enciclopèdia Catalana, marketing es un “Conjunto de técnicas programadas, coherentes y dinámicas, orientadas a perfeccionar el proceso de comercialización mejorando la eficiencia en la producción, la distribución y la venta de productos o de servicios”.

Si lo que queremos vender son nuestros méritos profesionales, académicos y laborales, estaríamos hablando de marketing personal.

Para conseguirlo hay que construir una imagen determinada que potencie nuestros rasgos más favorables personales y competenciales, así como nuestras habilidades para aspirar a una candidatura laboral. Esta “imagen de marca personal” aplicada al entorno digital es lo que denominamos **identidad digital profesional**.

Nuestra identidad digital profesional nos define como personas y profesionales en el ciberespacio.

6 Identidad Digital Profesional

Para tener éxito en Internet, es imprescindible construir una identidad digital profesional muy definida, que debe ser nuestra marca personal.

Toda la actividad que cada persona genera en la Red conforma una identidad, estrechamente ligada a nuestra evolución dentro de Internet.

Para conseguir una identidad digital es importante:

- Ser fiel a un objetivo determinado y muy definido.
- Establecer una estrategia adecuada.

Disponer de un perfil profesional riguroso y conectado con personas destacadas del sector en el que uno trabaja, con el que se mantiene un contacto de manera regular, es una de las últimas tendencias de la Web 2.0. No es una fórmula de busca de trabajo, aunque también puede servir para ello, puesto que te da reputación y valoración profesional aportando consecuencias en el día a día.

Se debe distinguir entre ser popular o ser relevante, es decir, contabilizar el éxito profesional por el número de amigos o seguidores o según la calidad de estos amigos. Las dos opciones son válidas, pero cada persona debe decidir cuál le conviene más profesionalmente.

Todo el mundo puede crear y gestionar su propia identidad digital, pero no puede controlar aquello que los otros opinan. Todo aquello que se publica en Internet queda para la posteridad, y esto puede tener consecuencias futuras en la imagen y la reputación personal.

Crear una identidad digital es planificar una imagen de uno mismo. Es una oportunidad para demostrar quién se es realmente y acercarse a gente con intereses o aficiones parecidas.

Cada identidad digital aporta información de una persona, relevante o no, positiva o no. El límite lo pone cada cual, pero no es buena idea dar detalles personales a desconocidos. Hay que tener cuidado con la usurpación de identidad. La credibilidad y la confianza, también en el mundo virtual, se gestionan aportando información responsable y ética.

7 Compatibilidad, presencia personal y profesional

La privacidad es uno de los retos que hay que tener en cuenta para controlar nuestra identidad digital. Varios estudios han demostrado que determinados candidatos fueron descartados porque aparecían en actitudes poco apropiadas en Internet.

Mucha gente joven cuelga en Facebook, MySpace o cualquier otra red social generalista fotos de fiestas, borracheras, etc., que están a la vista de todo el mundo, de modo que un seleccionador, al teclear su nombre, puede encontrar estas fotos, y por este motivo, como hay muchos candidatos, descartarlo.

Por lo tanto, ante la creación de nuestra propia identidad digital en Internet, ¿qué estrategia debemos tomar? ¿Hemos de mostrarnos tal y como somos, o debemos crear y transmitir una imagen según lo que queremos? Asimismo, ¿debemos tener una sola imagen, o hemos de diferenciar entre nuestra imagen personal y profesional?

Lo que es seguro es que debemos comunicar una **imagen coherente** de nosotros mismos.

Está claro que la vida tiene muchas facetas, pero esto no significa que en Internet debamos ponerlo todo. No hay Internet personal e Internet profesional, sino que se ha de transmitir un yo global, siempre teniendo en cuenta que cualquier foto o comentario personal puede afectar a la faceta profesional.

En las redes generalistas podemos incluir amigos de la vida personal y profesional, de modo que, a veces, se mezclan ambas facetas en la red de amigos.

8 Herramienta que elegir

Una vez establecido el objetivo y la estrategia, es necesario seleccionar los canales Web 2.0 a través de los cuales quieres construir tu identidad digital profesional.

Internet dispone de muchas herramientas tecnológicas que reemplazan o mejoran las antiguas formas de encontrar trabajo. Elegir entre ellas dependerá de muchos factores, como el público al que nos queremos dirigir. También se puede optar por la diversidad de plataformas. Si se opta para estar en diferentes plataformas, hay que asegurarse de que se puedan relacionar para no tener que repetir el trabajo de actualización en cada una.

1. Redes sociales

Las redes sociales en Internet permiten la interacción entre diferentes individuos, definida esta como el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Es un sistema abierto que se va construyendo permanentemente con aquello que cada usuario/a aporta. Las más populares son:

- <http://www.facebook.com>
- <http://www.myspace.com>
- <http://www.tuenti.com>

- <http://www.linkedin.com>
- <http://www.xing.com>
- <http://www.viadeo.com>

2. Blogs

Los blogs son un sitio web donde se recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores/as encargados de su actualización, y que cuentan con la libertad de publicar aquello que crean más pertinente. Los “posts” (así se denominan los artículos que aparecen en el blog) pueden ser comentados por otros/as usuarios/as.

- <http://www.blogger.com>
- <http://es.wordpress.com>

3. Microblog

Los microblogs permiten a los/las usuarios/as enviar y publicar mensajes breves (140 caracteres) a través del mismo sitio web. Las actualizaciones son enviadas a otros usuarios/as que quieren recibirlas.

- <http://twitter.com>
- <http://www.jaiku.com>

4. Multimedia sharing

Sitio de compartición de documentación, vídeos, fotos, etc., entre varios usuarios.

- <http://www.youtube.com>: Publicar y compartir vídeos
- <http://www.flickr.com>: Publicar y compartir fotografías
- <http://www.slideshare.net>: Publicar y compartir presentaciones
- <http://docs.google.com>: Publicar y compartir textos, hojas de cálculo, etc.

5. Vídeo CV

El/la candidato/a explica en una grabación de no más de tres minutos sus datos personales, formación, experiencia laboral y otras informaciones que desee transmitir.

- <http://www.futuracv.com>
- <http://www.videocurriculum.es>
- <http://www.tumeves.com>

9 Redes sociales

9.1. ¿Qué es una red social?

En el 2002 aparecieron espacios web que promocionaban redes de amigos en línea. La popularidad de estos espacios creció rápidamente y actualmente hay muchas redes sociales en Internet: [Friendster](#), [Orkut](#), [Hi5](#), [Gnoss](#), [Netlog](#), [MySpace](#) o [Facebook](#), entre otras.

Una red social en Internet es la representación de una comunidad de individuos que se conectan entre ellos y hacen intercambios utilizando Internet.

Las redes sociales son una de las manifestaciones más potentes de la Web 2.0. Pueden ser abiertas o tener restricciones de edad, registro con invitación o ser parte de otros servicios de Internet.

Una red social crece a medida que sus integrantes “reclutan” nuevos miembros. Un usuario invita, a través del correo electrónico, a otro miembro, que, a la vez, invitará a otro. Así, poco a poco, se va tejiendo la “red” virtual de contactos.

9.2. Estructura y características de las redes sociales

Existe infinidad de redes sociales, pero la gran mayoría tienen una estructura, unas herramientas y unos elementos comunes:

- Perfil: apartado donde te describes personal y profesionalmente.
- Mensajería: aplicaciones que permiten el contacto.
- Fotos, vídeos, música y enlaces (*links*).
- Calendario de aniversarios y de acontecimientos.
- Muro del usuario.
- Otras aplicaciones: grupos, páginas, juegos, conectores con otras aplicaciones, etc.

- Gestión de contactos y privacidad.

9.3. Tipos de redes sociales

Podemos encontrar muchas clasificaciones distintas cuando estudiamos cómo ordenar las redes sociales: geográficamente, por tipo de usuario, por interés, por idioma, etc.

Normalmente las redes sociales se clasifican en:

- Redes sociales generalistas
- Redes sociales profesionales
- Redes sociales especializadas

9.3.1. Redes sociales generalistas

Son las redes más populares, son generalistas y horizontales, no tienen temática definida y agrupan a todo tipo de usuarios, de perfiles muy variados y con gustos diferentes.

Nacieron para poner en contacto a personas con gustos y aficiones similares.

Las redes sociales generalistas más populares son:

Facebook

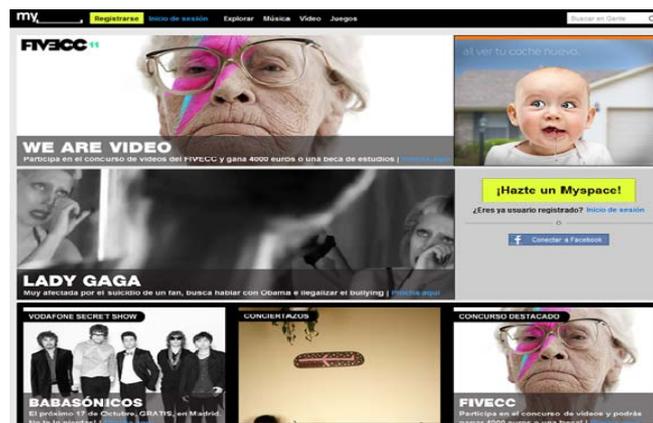
(🌐 <http://es-es.facebook.com/>)

Facebook es un espacio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un espacio web para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero hoy día está abierto a cualquier persona que tenga correo electrónico. Facebook cuenta con 12 millones de usuarios en España.

MySpace

(🌐 <http://es.myspace.com/>)

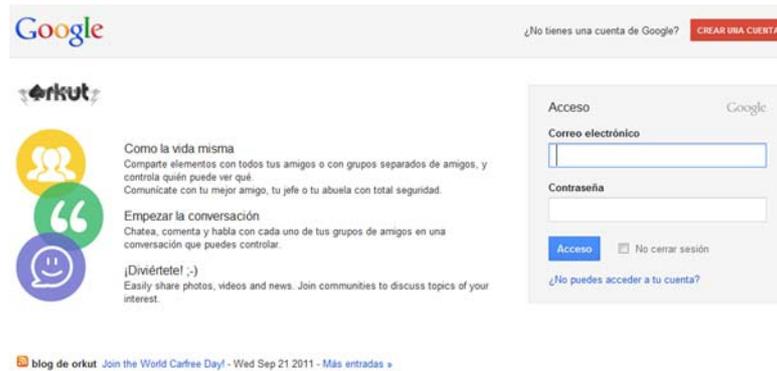
MySpace es un espacio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos.



Orkut

(🌐 <http://www.orkut.com>)

Orkut es una red social promovida por Google desde enero del 2004. La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.



Sonico

(<http://www.sonico.com>)

Sonico es una red social de acceso gratuito orientada al público latinoamericano.



Tuenti

(<http://www.tuenti.com/>)

Tuenti es una red social dirigida a la población joven española. Permite al usuario crear su propio perfil, subir fotos y vídeos y contactar con amigos. También ofrece la posibilidad de crear eventos, Tuenti Sitios y Tuenti Páginas, etiquetar amigos en fotos, comentar sus estados, crear su propio espacio personal, chatear a través de su propio chat, etc. Tuenti cuenta con 8.610.000 usuarios en España. Es la segunda red más utilizada.



Twitter

(🌐 <http://twitter.com/>)

Twitter es una red social y servicio de microblogging que permite a los usuarios enviar y leer microentradas de texto de una extensión máxima de 140 caracteres, que se llaman tweets. Las empresas lo utilizan como un canal de marketing y de seguimiento del mercado en general. Normalmente, las páginas web que usan Twitter lo anuncian en la web con su símbolo (una t en un recuadro azul). Tan solo hay que abrir una cuenta o usar la que ya se tiene para leer los mensajes o tweets.



Twitter pitch

(🌐 <http://twitter.com/empleoypersonas/>)

El concepto *twitter pitch* o *elevator pitch* consiste en la idea de explicar a un ejecutivo de recursos humanos tu proyecto o el trabajo que buscas mientras dura el recorrido de un ascensor. Es decir, escribir sintéticamente un currículum en 140 caracteres, escribiendo solo lo esencial: quién eres, qué tipo de ocupación buscas y qué puedes aportar. También se puede incluir la titulación, el trabajo al que aspiras, la formación importante para la empresa a la que aspiras, etc.



Google+

(<http://plus.google.com/>)

Según la propia portada de Google+, esta red social relativamente joven pero que ha empezado con mucha fuerza, y algunos expertos consideran que hará sombra a la toda poderosa Facebook, permite relacionarse en Internet como en la vida real.

Algunas de sus principales características son:

- Google+ permite colocar los contactos en diferentes *círculos*, según el grado de intimidad o de confianza con la persona. De este modo podemos colocar a nuestros amigos de salida de fin de semana, a nuestros padres, madres y familiares y a nuestro jefe en la empresa en círculos diferentes. Como en la vida real.
- Mediante un servicio de "quedadas", Google+ permite conversar cara a cara con hasta nueve personas a la vez.
- Además, Google+ ofrece juegos, buscas de lugares, subir imágenes directamente del móvil a la Red, un messenger mucho más sencillo, etc.

En cualquier caso, es una red muy emergente y todavía desconocemos todas las funcionalidades que nos ofrecerá.



Otras redes

[Bebo](#), [Classroom 2.0](#), [hi5](#), etc.

9.3.2. Redes sociales profesionales

Se trata de redes que permiten publicar currículos y perfiles profesionales, crear una red de contactos laborales y acceder a ofertas de trabajo antes de que estas se publiquen en otros medios.

Las redes sociales profesionales tienen dos opciones de cuenta, la gratuita o la premium. La premium es de pago y ofrece servicios adicionales que no están en la gratuita, como por ejemplo el envío de mensajes privados o un buscador avanzado de ofertas.

Las redes sociales profesionales más populares son:

LinkedIn

(<http://es.linkedin.com/>)

LinkedIn es una red social orientada a negocios. Fue lanzada en el mercado en mayo del 2003. En España ha llegado a los 1,6 millones de usuarios.

The screenshot shows the LinkedIn homepage. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and links for 'Inicio', '¿Qué es LinkedIn?', and 'Únete hoy'. Below the navigation bar, there are three main sections: 1) A promotional banner stating 'Más de 120 millones profesionales utilizan LinkedIn para intercambiar información, ideas y oportunidades', with sub-points: 'Mantente informado sobre tus contactos y tu sector', 'Encuentra las personas y los conocimientos que necesitas para conseguir tus objetivos', and 'Controla tu identidad profesional en línea'. 2) A registration box titled 'Únete a LinkedIn hoy mismo' with fields for 'Nombre', 'Apellidos', 'Correo electrónico', and 'Contraseña', and a 'Únete ahora' button. 3) A search bar titled 'Buscar a alguien por nombre:' with fields for 'Nombre' and 'Apellidos', and a 'Ir' button. At the bottom, there is a footer with a small disclaimer: '* Al hacer clic en Únete ahora o al usar LinkedIn, estás indicando que has leído, entendido y accedes a las Condiciones de uso y Política de privacidad de LinkedIn.'

Viadeo

(<http://www.viadeo.com/>)

Es una red profesional especializada.

XING

(🌐 <http://www.xing.com/es/>)

XING (ex OpenBC) es una plataforma de *networking* en Internet, en la que se pueden gestionar y establecer contactos profesionales.

Otras redes profesionales

[Acambiode](#), [Yammer](#), etc.

9.3.3. Redes sociales específicas

Las redes específicas agrupan usuarios con los mismos gustos e intereses. La diversidad de las redes especializadas es muy amplia.

[Alpinaut](#), [Kedin](#), [Red Social Pymes](#), [Anobii](#), [Changoo](#), [Lecturalia](#), etc.

Comentaremos algunas:

Parobook

(🌐 <http://www.parobook.es/>)

Parobook es una red social de las personas sin trabajo. Busca y conecta con otras personas en su misma situación para compartir sus experiencias.



Econred

(🌐 <http://www.econred.es/>)

Es una red social para autónomos y pymes. Nace con la intención de crear un entorno en el que impulsar el *networking* entre profesionales, facilitar la colaboración en el desarrollo de proyectos y ofrecerles una ventana de promoción.



Ning

(🌐 <http://www.ning.com/>)

Ning es una plataforma en línea para usuarios que permite crear espacios webs sociales y redes sociales.

Gnoss

(<http://www.gnoss.com/>)

Se trata de una red social semántica (Web 3.0) que permite a los usuarios crear comunidades públicas o privadas e interactuar con sus contenidos.

La red semántica es una red social basada en la Web 3.0, que permite una representación de los datos más formal y consensuada de modo que los datos pasan de ser simple texto a tener significado. Hay un razonamiento de la información.

Por ejemplo: Pedro es el hijo de Ana. En la Web 2.0 sería una frase de texto, pero en la Web 3.0 hay dos personas (Pedro y Ana) y una relación (ser hijo de).

La tendencia actual parece ser tender a la Web 3.0 y, por lo tanto, la información habrá que representarla de manera diferente.

Si queréis saber algo más sobre la web semántica o 3.0, podéis clicar [aquí](http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/websemantica) (<http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/websemantica>).

10 Encontrar trabajo en las redes sociales

Las redes profesionales son una herramienta más que tener en cuenta en la búsqueda de ocupación. En el entorno competitivo en el que nos encontramos, en el que la globalización y la tecnología han dado lugar a la busca de profesionales a nivel mundial, se ha ampliado la competencia a la hora de encontrar trabajo. No solo competimos con profesionales locales, sino que ahora también lo hacemos con más de 450 millones de currículos que Google tiene indexados. Más del 64% de los procesos requieren busca de profesionales en tres países a la vez. Por ello, más que nunca, los profesionales se deben diferenciar del resto construyendo su identidad digital profesional. De hecho, el 68% de usuarios nacidos a partir de 1982 buscan trabajo a través de la Red.

El principal error es estar en las redes profesionales por estar. Dado que los otros están, yo también debo estar. Aquel que, una vez dado de alta se olvida, abandona y se desentiende de su perfil, está perdiendo muchas oportunidades. Por ello, antes de daros de alta en una red profesional, hay que plantearse la siguiente pregunta: ¿cuál es mi objetivo para estar en ella?

El motivo por el que se puede estar en las redes profesionales es variado y puede ser:

- Buscar oportunidades laborales.
- Establecer contactos profesionales interesantes.
- Compartir y encontrar información profesional sobre varias temáticas o sectores.
- Generar una marca personal y demostrar la valía de cada uno.

Lo que está claro es que los perfiles profesionales telemáticos están cada vez más extendidos y van ganando terreno al currículum en formato papel.

Una vez tengamos claro cuál es el motivo por el que estamos en las redes profesionales, debemos proceder a complementar nuestro perfil, teniendo presente que en todo momento podemos decidir qué datos hacemos públicos a los otros y cuáles no. Es decir, nosotros podemos poner toda nuestra información profesional y

académica, pero en el apartado de configuración de nuestro perfil podemos decidir a qué personas queremos mostrar esta información, incluso solo parte de esta información.

Del mismo modo, podemos establecer que nuestro perfil profesional cumplimentado en las redes profesionales no salga indexado en los buscadores existentes en la Red. También se podría omitir el nombre de la empresa actual. No obstante, no olvidéis dejar una forma de poder contactar con vosotros, por si acaso, según cuál sea vuestro objetivo. Las redes profesionales son seguras si se toman las precauciones adecuadas.

Asimismo, habrá que tener claro que para tener resultados se debe trabajar de manera planificada y los resultados pueden llegar a medio/largo plazo.

Incluid primero como contactos a las personas que ya conozcáis y os conozcan en el ámbito profesional. Después debéis observar los contactos que ellos puedan tener y ver cuáles os pueden interesar para conseguir vuestro objetivo. Y después, pedir a los contactos que ya os conocen que os pongan en contacto con los perfiles de estas personas que os interesan. De ese modo estaréis referenciados por alguien que os conoce en ambas partes.

Posteriormente, poco a poco deberéis ir hablando en la Red e intercambiando impresiones, información y demostrar vuestra valía. Sin embargo, para reforzar vínculos, se debe intentar tener contacto fuera de la Red, presencial o telefónicamente, en función de las posibilidades de las dos partes.

Tampoco hemos de olvidar que en las redes profesionales no solo debemos estar dispuestos a recibir cosas de los otros, sino que también tenemos que estar dispuestos a ofrecer y aportar cosas de valor a los demás.

Del mismo modo, hemos de valorar la calidad y no la cantidad, porque los contactos que tengamos en las redes profesionales deben ser personas con las que vamos charlando e interactuando en la Red de vez en cuando, para ir conociéndolas más y poder tener una idea real.

Encontrar trabajo implica tiempo y esfuerzo. Hay que hacer algo más que inscribirse en diferentes portales. Se debe estar dispuesto a dedicar un tiempo a interactuar y participar en las redes profesionales de la manera que mejor os convenga. El hecho de estar activos no garantiza que lluevan las ofertas, pero sí permite que los contactos y otras personas puedan hacerse una idea de determinadas competencias vuestras según vuestra forma de actuar en la Red.

Una persona que tiene descuidado su perfil da la impresión de ser una persona desorganizada, perezosa, que empieza cosas y que no las acaba. Independientemente de que esto no sea verdad, determinados contactos solo os pueden valorar por vuestras acciones en las redes profesionales.

Cuando un responsable de recursos humanos escribe el nombre de una persona en un buscador, qué mejor que aparecer en un sitio web riguroso y demostrar que se mantienen contactos asiduos y profesionalmente ricos con otras personas destacadas del sector.

La actividad virtual siempre debe ser complementada con la presencia física en acontecimientos, jornadas de negocios y reuniones cara a cara con inversores, emprendedores o cualquier otro actor en la vida de un profesional, hecho que también se encarga de organizar y potenciar el *networking active*.

La traducción literal de la palabra *networking* es 'trabajar tu red de contactos', pero se utiliza cuando queremos construir relaciones con personas de tu entorno profesional que quieran hacer negocios contigo, cuando queremos generar notoriedad para que tus contactos te recomienden, es decir, recomendar personas entre sí para que hagan negocios, etc.

10.1. ¿Cómo puedo pertenecer a una red social?

Para pertenecer a una red social debes completar un proceso de registro en tres pasos.

1. Registrarse o darse de alta de forma gratuita.
2. Completar el formulario que se presenta en el proceso de registro. Normalmente te piden el nombre, los apellidos, la dirección de correo electrónico y la contraseña.
3. Después deberás completar tu perfil profesional y la red de contactos en función de tus intereses y prioridades.

10.2. ¿Cómo encontrar trabajo en las redes sociales?

La busca de trabajo en las redes sociales profesionales requiere, desde el primer momento, un papel muy activo por parte de la persona que está buscando trabajo.

El planteamiento es muy diferente al que se debe tener en los portales de trabajo tradicionales, en los que el candidato tiene un papel pasivo, dependiendo de las

ofertas que publican las empresas y a las que se opta. Es decir, no existe un contacto en tiempo real entre el candidato y la compañía.

Se deben tener en cuenta dos ideas centrales a la hora de buscar trabajo en una red social:

1. Hemos de **adaptarnos a cada red social** y conocerla. Cada una tiene sus reglas específicas, pero la estrategia de busca de trabajo debe combinarlas todas.
2. Las redes sociales no sirven para encontrar trabajo en una semana. Se debe tener mucha paciencia, dar y recibir conocimiento y contactos.

Recomendamos seguir cinco pasos muy sencillos:

1. Usar uno de los perfiles como **CV on-line**. El currículum que tiene LinkedIn es el que tiene el perfil más extenso y trabajado. Es interesante utilizar el enlace de nuestro CV *on-line* en las firmas de todos nuestros correos electrónicos y comunicaciones en línea.
2. **Combinar** las diferentes plataformas adaptando el contenido a su idiosincrasia particular. Hay herramientas para replicar el contenido que tenemos en una red en las otras, evitando introducir el mismo contenido en diferentes espacios.
3. **Compartir** enlaces de otras personas que tengan que ver con el sector en el que buscamos trabajo.
4. **Crear un blog** en el que creemos contenido específico relacionado con nuestra experiencia profesional, que después compartiremos con nuestras redes sociales. Hay herramientas gratuitas y sencillas para ello, como Blogger o WordPress. En un principio sería suficiente comentar noticias del sector, y más adelante ampliar los contenidos con ideas propias.
5. Utilizar los grupos de LinkedIn, Xing, los contactos de Twitter, Facebook y Google+ para organizar un **encuentro real**. El *networking* aumenta exponencialmente nuestras posibilidades de encontrar trabajo si conocemos en persona a nuestros contactos.

La idea es estar en todas las redes sin resultar molesto.

Hablar de nuestras capacidades y conocimientos sin gritar. Tenemos mucho para ofrecer y lo debemos demostrar, sin prisa pero sin pausa.

10.3. Consejos para buscar trabajo en las redes sociales

Como se ha comentado anteriormente, estar en las redes sociales requiere dedicación, motivación y aportación de valor.

Hay una serie de consejos que os pueden ayudar:

- Selecciona la calidad de tus contactos y ten claro cuál es la motivación objetiva por la que contactáis con ellos. En primer lugar, es adecuado buscar a contactos habituales que ya estén en las redes y que os puedan ayudar a conectar con otras personas de perfiles interesantes para vosotros.
- A la hora de contactar con otras personas en redes profesionales, debes tener clara la respuesta a las preguntas siguientes: ¿qué les puede interesar de mi perfil?, ¿qué puedo hacer por ellos?
- Las redes sociales profesionales no son una oficina de trabajo. Se trata de tener contactos con los que colaborar, tener sinergias que permitan conoceros mejor e ir generando vínculos en el entorno profesional.
- Es recomendable seguir los perfiles de las empresas que os interesen para estar atentos a las ofertas de trabajo, preguntar dudas o hacerle llegar vuestra candidatura. Tener el perfil actualizado para que las empresas puedan visitarlo y, si le gustáis, puedan establecer contacto directo con vosotros.
- Ser proactivo. No esperes a que te encuentren, ¡busca! Hazte seguidor de los apartados de trabajo de las diferentes redes sociales.
- Cuida tu identidad digital profesional. Es tu imagen y tu marca.
- Mantén el perfil actualizado. Tu perfil en las redes sociales es tu currículum, no dejes nunca datos incorrectos o desactualizados. Sé constante y dedícale tiempo. La información que pongas es básica para saber qué ofreces y qué buscas.
- Observa lo que hacen los demás. Si estás perdido en una red social, fíjate en qué hacen otros perfiles activos, fíjate en su estrategia y síguela.
- No bombardees con mensajes a aquellas personas que quieres que sean tus contactos. Sé paciente y, sobre todo, ofrece algo que les interese.
- Cuida tu imagen. Evita fotos con actitudes poco profesionales, comentarios no adecuados, asociar la cuenta a un correo con nombre poco adecuado, etc.

- Pide que te recomienden. Las redes sociales permiten que antiguos compañeros, jefes, colaboradores, etc., te recomienden.

Todo esto requiere constancia, dedicación y visión global para ver más allá. Las oportunidades surgen si se hace un buen trabajo previo de cultivar y sembrar unos buenos contactos con tiempo.

10 Facebook

11.1. ¿Por dónde empezamos en Facebook?

Facebook es una red social en Internet que permite a los usuarios conectar e interactuar con amigos, grupos, empresas y otros temas de interés.

Cualquier usuario, siempre que sea mayor de 13 años, puede registrarse y tendrá un perfil propio en el que se recoge cronológicamente todo aquello que vaya compartiendo y los mensajes que dejen sus amigos.

Según las normas de Facebook, los usuarios deben ser personas mayores de 13 años y utilizar su nombre real. Este es uno de los aspectos más criticados en Facebook, pues no se puede hacer la comprobación y cualquier menor puede inscribirse.



Para poder conectar con otros usuarios de Facebook, es necesario que una de las dos partes realice una petición de amistad y que sea admitida por la persona solicitada. Estos nuevos usuarios reciben el nombre de “amigos”.

El canal de noticias es la parte central de la página de inicio de un usuario en Facebook. Es donde se canaliza la mayoría de la actividad del usuario y de sus amigos.



Font: <http://bit.ly/njg7mv>

11.2. Compartir en Facebook

- Compartir **actualización de estado**: El modo más básico de compartir en Facebook es escribiendo una actualización de estado. De hecho, puedes escribir lo que quieras, pero normalmente son frases cortas que manifiestan un estado de ánimo, una idea, una pregunta, una frase, etc.

Si se quiere, se puede complementar con una imagen (clicando en el botón “Añadir foto”).



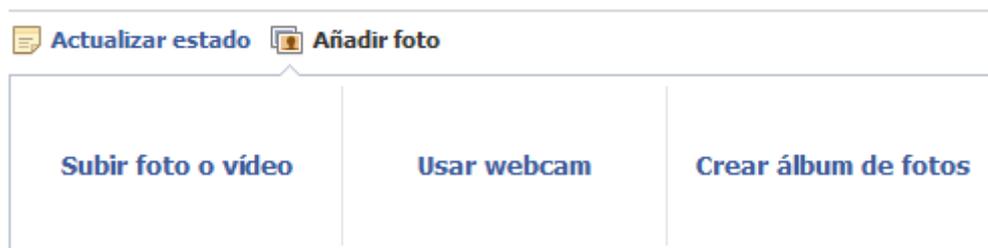
- Compartir un **enlace**: También podemos compartir enlaces, siempre y cuando el enlace del texto empiece por el prefijo <http://>....



A veces nos encontraremos con que cuando añadimos nuestro enlace nos aparece una imagen e información de lo que ha encontrado en Internet de aquella dirección web.



- Compartir una **foto/vídeo**: Los usuarios pueden añadir imágenes y/o vídeos en sus mensajes. Estas imágenes, si se desea, se pueden ordenar y clasificar en álbumes. Incluso si una persona con perfil en Facebook aparece en una imagen, la podemos etiquetar y Facebook la avisará de que hay una fotografía suya en él.



- Compartir **acontecimientos**: Se pueden crear acontecimientos públicos o privados e invitar a los amigos a estos, que podrán decir si asistirán o no, y dejar la posibilidad de añadir comentarios.

Crear un evento

¿Cuándo? 9/26/2011 23:00 Añadir hora de finalización

¿Qué estás planificando? Liurament de la darrera activitat obligatòria

¿Dónde? UOC
Añadir dirección postal

Más información Del curs de Marketing personal

¿Quién está invitado? **Seleccionar invitados**

Cualquiera puede ver y responder (evento público)

Mostrar la lista de invitados en la página del evento

Crear evento

- **Comentando/gustando:** Cualquier tipo de información que un usuario comparta y que aparezca en su perfil y en el canal de noticias de sus amigos puede recibir comentarios.

Los comentarios aparecen debajo de la información que se ha compartido.

Otra manera de compartir e interactuar es clicar en el botón “Me gusta”. De alguna manera indicamos, sin añadir comentarios, que esa información nos gusta.

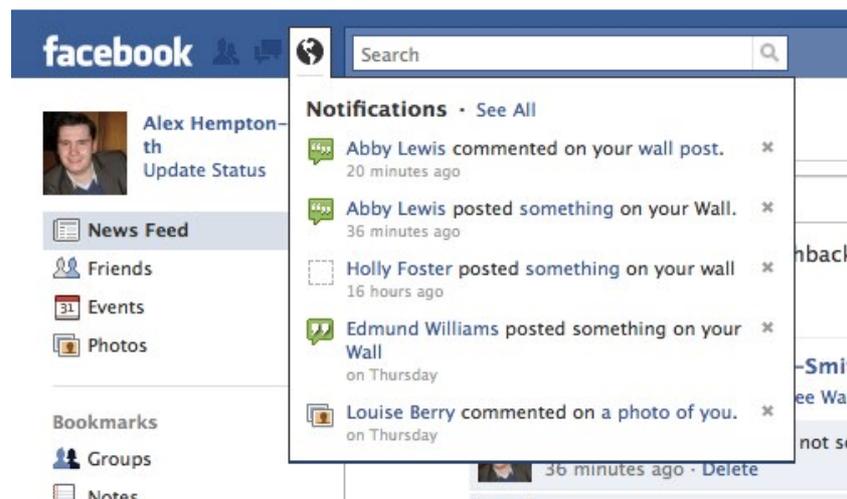
Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 42 minutos

NOTA: Si en algún momento no sabemos en qué opción de menú nos encontramos y queremos volver a la página inicial, podemos clicar en el logo de Facebook, tal y como indica la siguiente imagen:



- **Notificaciones:**

Cuando se realiza una interacción entre usuarios/amigos, Facebook realiza una notificación por correo electrónico y en un espacio en el que se recoge si le han dejado un escrito en el muro, si han colgado una foto de él, si se ha comentado un enlace suyo, si le han marcado un “Me gusta” en alguna de sus informaciones compartidas, etc.



Font: <http://on.mash.to/8jjaea>

Clicando en este [enlace](#) o en las opciones ( + Configuración de la cuenta + Notificaciones) podremos acceder a la opción de configuración de notificaciones y podremos configurar qué notificaciones (mensajes vía correo electrónico) queremos recibir y cuáles no:

Configuración de las notificaciones

Enviamos notificaciones cuando se llevan a cabo acciones en Facebook que te afectan. Puedes cambiar las aplicaciones y funciones sobre las que se te pueden enviar notificaciones.

Las notificaciones se envían a [redacted] (correo electrónico).

Notificaciones recientes

Todas las notificaciones

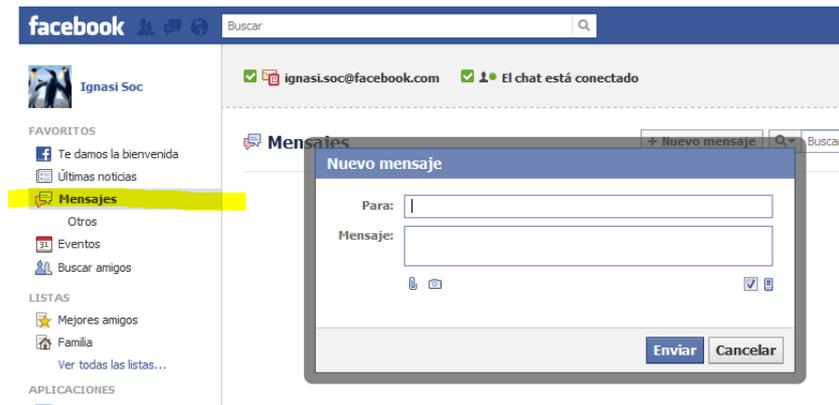
| | | |
|---|---|------------------------|
|  Facebook |  19 | Editar |
|  Fotos |  8 | Editar |
|  Grupos |  6 | Editar |
|  Páginas |  4 | Editar |
|  Eventos |  9 | Editar |
|  Preguntas |  5 | Editar |
|  Notas |  3 | Editar |
|  Enlaces |  3 | Editar |
|  Video |  5 | Editar |
|  Servicio de ayuda |  2 | Editar |
|  Comentarios en el muro |  2 | Editar |
|  Lugares |  2 | Editar |
|  Ofertas |  1 | Editar |
|  Otras actualizaciones de Facebook |  4 | Editar |
|  Créditos |  2 | Editar |
|  Otras aplicaciones |  8 | |

 Chat (0)

Por ejemplo, esto significa que en el apartado FOTOS ( Fotos), hay ocho notificaciones ( 8) activadas y que podemos modificarlas clicando en la opción EDITAR ([Editar](#)).

- **Mensajes privados:**

Facebook dispone de un sistema de mensajería propio y permite interactuar con otros usuarios Facebook, entregando mensajes sin la necesidad de salir de la aplicación.



Otra manera de ver estos mensajes es clicar en:



11.3. Otras opciones en Facebook

11.3.1. Editar perfil y configuración de privacidad

Una vez identificados, siempre tendremos la posibilidad de poder añadir o modificar información de nuestro perfil.

Ignasi Soc

Ha trabajado en UOC-SOC Vive en Barcelona De Barcelona Agregar tu escuela
Añade los idiomas que hablas Editar perfil

Editar perfil

Ver como...

Si clicamos en el botón EDITAR PERFIL, podremos acceder a la configuración de los diferentes apartados que forman nuestro perfil.

Ignasi Soc ▶ Editar perfil Ver mi perfil Ver como...

Información básica

- Foto del perfil
- Amigos y familia
- Formación y empleo
- Filosofía
- Arte y ocio
- Deportes
- Actividades e intereses
- Información de contacto

También puedes consultar tus preferencias sobre privacidad para modificar otras opciones de la configuración.

Ciudad actual: Barcelona

Ciudad de origen: Barcelona

Soy: Hombre

Mostrar si soy hombre o mujer en mi perfil

Fecha de nacimiento: 10 abril 1977

No mostrar mi fecha de nacimiento en mi perfil.

Me interesan: Mujeres Hombres

Idiomas:

Acerca de mí: Consultor de competencies digitals UOC-SOC

Guardar cambios

Facebook © 2011 · Español (España) [Acerca de](#) · [Publicidad](#) · [Crear una página](#) · [Desarrolladores](#) · [Empleo](#) · [Privacidad](#) · [Condiciones](#) · [Servicio de ayuda](#)

Si nos fijamos en la derecha de cada opción, por ejemplo en la derecha de la fecha de nacimiento, veremos que hay una opción para definir quién puede ver ese dato, en este caso quién puede ver mi fecha de nacimiento: todo el mundo ("público"), mis amigos, solo yo, personalizado, un grupo, etc.

Fecha de nacimiento: 10 abril 1977

No mostrar mi fecha de nacimiento en mi perfil.

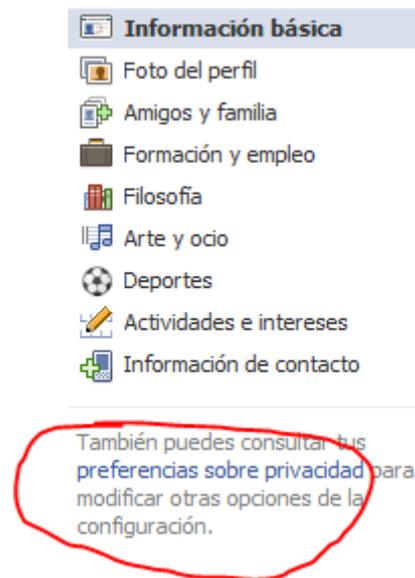
Me interesan: Mujeres Hombres

Idiomas:

Acerca de mí: Consultor de competencies digitals UOC-SOC

- Público
- Amigos
- Solo yo
- Personalizado
- Mejores amigos
- Familia
- UOC-SOC
- Ver todas las listas...

Además, disponemos de un apartado para poder configurar todos los aspectos de privacidad:



En primer lugar se explica que cuando añadimos información en nuestro muro, podemos especificar quién lo podrá ver clicando en la opción:



En segundo lugar disponemos de diferentes opciones para configurar nuestra privacidad. Por ejemplo, cuando alguien publica una foto y la etiqueta con mi nombre, qué información de nuestro perfil dejamos mostrar cuando utilizamos una aplicación/juego de Facebook, etc.

| | | |
|---|--|---|
|  Cómo conectas | Controlar cómo te conectas con las personas que conoces. | Editar la configuración |
|  Cómo funcionan las etiquetas | Controlar lo que sucede cuando los amigos etiquetan tu contenido o a ti. | Editar la configuración |
|  Aplicaciones y sitios web | Controlar lo que se comparte con aplicaciones, juegos y sitios web. | Editar la configuración |
|  Limitar la audiencia de las publicaciones anteriores | Limita la audiencia de las publicaciones que has compartido con otras personas además de los amigos. | Gestionar la visibilidad de las publicaciones |
|  Personas y aplicaciones bloqueadas | Administra las personas y las aplicaciones que has bloqueado. | Administrar los bloqueos |

11.3.2. Las páginas de Facebook o de “FANS”

Las páginas de Facebook o páginas de admiradores intentan dirigirse más a la parte empresarial o comercial que a la parte individual. Son como perfiles de usuario pero creadas por empresas, marcas, grupos de música, personalidades, etc.

Los usuarios con los que hemos hablado hasta ahora hacían amigos con otros usuarios. En este caso, los usuarios podemos ser **fans** o admiradores de una página pero no podemos ser sus amigos. Por ejemplo, si buscamos la página de la Universitat Oberta de Catalunya y clicamos en el botón ME GUSTA, pasaremos a ser **fans** de la UOC.

En este tipo de relación, la información que comparte una página aparecerá en el canal de noticias del usuario, pero los responsables de la página solo podrán ver los datos básicos de sus admiradores y no sus actualizaciones, protegiendo así su privacidad.

The image shows a Facebook profile page for 'Universitat Oberta de Catalunya (UOC)'. The profile picture is the UOC logo. The cover photo has a wooden background with the text 'DESCOBREIX TOTA L'ACTUALITAT DE LA COMUNITAT MENTS OBERTES' and 'DESCUBRE TODA LA ACTUALIDAD DE LAS MENTES ABIERTAS'. Below the cover photo are two posts: 'WIKISPEECH: LLIÇÓ INAUGURAL 2011-2012' and 'IMMIGRANTS INTERCONNECTATS'. The page has 9,850 likes and is categorized as 'Ments Obertes'. The right sidebar contains recommendations for places, friends, and advertisements.

De hecho, mediante las páginas de empresas, podemos hacer un seguimiento de las empresas en las que me podría interesar trabajar, intentando identificar alguna oportunidad de trabajo que puedan publicar en su muro (o página principal).

Hay que buscar palabras que puedan inducir a posibilidades de trabajo: empleo, trabajo, negocio, etc.



The screenshot shows a Facebook search interface for the term "empleo". The left sidebar displays the user's profile "Ignasi Soc" and navigation options like "FAVORITOS", "Últimas noticias", "Mensajes", "Eventos", "Buscar amigos", "LISTAS", "APLICACIONES", and "GRUPOS". The main content area is divided into "Páginas" and "Aplicaciones".

Páginas:

- EmpleoPeru:** Organización gubernamental, 3.985 people like this.
- EmpleoListo:** Producto/Servicio, 2.833 people like this.
- FOREMPLEO, el foro para tu primer empleo:** Producto/Servicio, 2.706 people like this.
- Empleo:** Interés, 568 people like this.

Aplicaciones:

- Empleos en Zonajobs:** Aplicación, 2.509 usuarios mensuales.
- Empleo:** Aplicación, 901 usuarios mensuales.
- EmpleosPetroleros:** Aplicación, 381 usuarios mensuales.
- Empleos Nicaragua:** Aplicación, 202 usuarios mensuales.

At the bottom, there is a link to "Ver más resultados para empleo" and a note "Mostrando los primeros 8 resultados".

11.3.3. Los grupos

Los grupos son un punto de encuentro entre usuarios que comparten un punto de interés. Un usuario o usuarios crean un nuevo grupo e indican los nombres de otros usuarios Facebook que conformarán el grupo. Funcionan como un foro en el que todos los que son miembros de él pueden opinar e intercambiar mensajes.



The "Crear grupo" dialog box provides instructions and fields for creating a new group. It includes a description, a field for the group name, a field for members, and a privacy setting.

Crear grupo

Crean un grupo compartido para ti y algunos de tus amigos, como tus amigos de noches de película, de equipo deportivo o club de lectura. No hace falta que seáis amigos en Facebook para pertenecer al mismo grupo.

Nombre del grupo:

Miembros: ¿Qué amigos quieres añadir al grupo?

Privacidad: Cualquiera puede ver el grupo y quién pertenece a él, pero solo los miembros pueden ver las publicaciones.

También podemos buscar grupos de busca de trabajo, introduciendo en el buscador: *grupo buscar empleo, bolsa trabajo, etc.*

🔍 Todos los resultados

| | | |
|---|--|---------------------------------------|
|  | Buscar Empleo Negocios 185 miembros | Únete al grupo |
|  | Buscar empleo por internet Negocios 40 miembros | Únete al grupo |
|  | grupo juvenil pebc Interés general 100 miembros | Únete al grupo |
|  | Estoy en paro, buscar empleo Interés general 39 miembros | Únete al grupo |
|  | Por los que fuimos a GDL a buscar empleo Grupos de estudiantes 22 miembros | Únete al grupo |
|  | Nuevos profesionales mamados de buscar empleo. Interés general 36 miembros | Únete al grupo |
|  | Buscar Empleo es un Trabajo No remunerado. 5 miembros | Pedir unirme al grupo |
|  | PARA TENER EN CUENTA A LA HORA DE BUSCAR EMPLEO 75 miembros | Pedir unirme al grupo |
|  | Grupo de ayuda a buscar empleo entre amigos/ conocidos Interés general 141 miembros | Únete al grupo |
|  | EMPLEO ARMENIA 673 miembros | Pedir unirme al grupo |

11.3.4. Las aplicaciones

Facebook permite incorporar aplicaciones a nuestro perfil añadiendo funcionalidades a nuestro uso de Facebook, como por ejemplo, enlazar con otras webs, música, juegos, etc.

La mayoría de las aplicaciones están creadas por desarrolladores externos.

Aplicaciones

| | |
|---|--------------------------|
|   Eventos | Usado hoy |
|   Mensajes | Usado hoy |
|   Solicitudes de aplicaciones | Usado hoy |
|   My LinkedIn Profile | Utilizada hace un mes |
|   Buscar amigos | Usado hace más de un mes |
|   Enlaces | Usado hace más de un mes |
|   Fotos | Usado hace más de un mes |
|   Music | Usado hace más de un mes |
|   Notas | Usado hace más de un mes |
|   Preguntas | Usado hace más de un mes |
|   Solicitudes de juegos | Usado hace más de un mes |

11 Twitter

12.1. ¿Por dónde empezamos en Twitter?

Twitter es un servicio en línea de microblogging que permite a las personas de todo el mundo comunicarse en tiempo real a través del intercambio de mensajes cortos (hasta 140 caracteres), denominados tweets.

Todos los mensajes aparecerán en la página principal en forma de lista y de manera ordenada (más reciente arriba). Esto es lo que se denomina **time line**.



Una vez que el usuario se ha registrado, el sistema le habrá creado una cuenta con la dirección www.twitter.com/nombre_de_usuario en la que se recogerán los mensajes que vaya escribiendo. Por ejemplo, si mi cuenta de usuario es ignasisoc, mi dirección web será <http://twitter.com/ignasisoc>.



11.2. ¿Qué podemos hacer en Twitter?

Todos los usuarios pueden **seguir** o **ser seguidos** por otros usuarios. Por ejemplo, el Twitter de Genís Roca, un especialista en temas de redes sociales, ha escrito 3.228 textos cortos (tweets), está siguiendo a 486 usuarios y le siguen 6.416 usuarios. También podremos ver que el usuario Genís Roca dispone de la cuenta *@genisroca*. Esta nomenclatura es la que utilizaremos cuando queramos referenciarlo a él (por ejemplo, mediante un mensaje privado).



Existe una opción en Twitter, *Who to follow*, que nos permite buscar a usuarios para decidir si los queremos seguir. Por una parte, tenemos la opción de buscar usuarios a partir de cuentas de contactos que tengo creadas en mi correo electrónico, pero también puedo buscar por conceptos o seguir recomendaciones:

Who to follow Search

Ver recomendaciones Navegar Cuentas Encuentra Amigos

Busca en los servicios que usas para descubrir cuáles de tus amigos ya están utilizando Twitter. Sigue a cualquiera de los amigos que encuentre para agregar sus Tweets en tu cronología.

 Gmail
ignasi.soc@gmail.com

 Yahoo

 Hotmail & Messenger

 AOL

 LinkedIn

Cuando nos llegan tweets de otros usuarios podemos responder clicando en la opción Responder.

 **ignasisoc** Ignasi SOC

Aquest és el meu primer missatge a Twitter. Sembla molt fàcil!! ;-)

hace 40 minutos ☆ Favorito ↶ Responder 🗑 Borrار

Si añadimos **enlaces externos** a nuestros tweets, deberemos intentar no superar los 140 caracteres. Un modo de añadir direcciones de páginas web de manera que ocupen poco es utilizar herramientas del tipo, <http://bitly.com/>, en la que indicas la web, clicas en SHORTEN y te devuelve una dirección mucho más pequeña. Por ejemplo, la dirección web de la página de Formación Virtual a Distancia del SOC

http://www.oficinadetreball.cat/socweb/export/sites/default/socweb_se/ciudadanos/formacio/formacioVirtual.html se convierte en <http://bit.ly/9lcmrG>

 **ignasisoc** Ignasi SOC

Al web del SOC hi ha la relació de tots els cursos de formació que es poden fer en aquests moments: bit.ly/9lcmrG

hace 3 segundos

Si navegamos por los diferentes Twitters de otros usuarios y encontramos un tweet que querríamos tener en el nuestro para compartirlo con nuestros seguidores, basta con que hagamos un **retwitter** (clicando en la opción Retwittear).



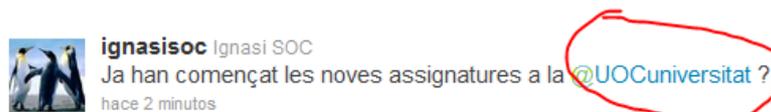
En nuestro *time line* aparecerá:



Si queremos **entregar mensajes privados** debemos ir a la opción MESSAGES y elegir Nuevo mensaje:



Si en nuestro tweet queremos **hacer referencia a otro usuario** que dispone de Twitter, utilizaremos su nombre añadiendo el prefijo @. Por ejemplo, para la cuenta UOCuniversitat:



Si queremos crear una etiqueta en Twitter (denominadas **HASHTAGS**), debemos añadir el prefijo # ante la palabra. Esto sirve para señalar los tweets en los que hablamos de un mismo tema y para que los otros usuarios los puedan seguir haciendo una busca de esa etiqueta.



Si queremos agrupar a diferentes usuarios en listas por los motivos que nosotros consideramos oportunos, podremos hacerlo gracias a las **LISTAS**. Una vez creadas, podremos añadir los usuarios que queremos que formen parte de estas:



13 LinkedIn

13.1. ¿Por dónde empezamos en LinkedIn?

LinkedIn es una red social de perfil profesional en la que tu perfil es tu **currículum *on-line*** y, por lo tanto, puedes actualizar constantemente cada información. A partir de este perfil se podrán generar redes y contactos.

LinkedIn sigue unas directrices de privacidad muy estrictas y los usuarios solo aparecen en las diferentes redes LinkedIn con un consentimiento explícito.



LinkedIn

Inicio ¿Qué es LinkedIn? Únete hoy Ingresar

Saca provecho de tu red de contactos profesionales

| | | |
|--|--|---|
| <p>Vuélvete a conectar</p>  <p>Encuentra a antiguos colegas de trabajo y compañeros de clase rápidamente. LinkedIn te simplifica la comunicación con tus contactos profesionales.</p> | <p>Impulsa tu carrera</p>  <p>Encuentra contactos directos cuando busques un trabajo o una nueva oportunidad comercial.</p> | <p>Pregunta a expertos</p>  <p>Tu red está repleta de expertos del sector deseosos de ofrecerte ayuda. ¿Quieres preguntar a alguno de ellos? Haz la prueba.</p> |
|--|--|---|

¿Quieres empezar ya? [Únete ahora](#)

13.2. ¿Qué puedo hacer con LinkedIn?

Para encontrar expertos, ideas y oportunidades

- Para **buscar empresas y trabajos**
- Para hacer **networking** profesional
- Para **recomendar** y ser recomendado

Para conversar y compartir conocimiento

- Para encontrar y pertenecer a **grupos de interés**

- Para **plantear y responder** interrogantes
- Para **publicar** contenidos

Para mantenerte en contacto con colegas de trabajo y amigos

- Para crear una agenda de contactos completa.

13.3. Únete a LinkedIn

Cumplimenta el siguiente formulario. Debes tener en cuenta que los campos marcados con asterisco son obligatorios.



Únete a LinkedIn hoy mismo

Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico:

Contraseña:

6 o más caracteres

*

¿Ya eres usuario de LinkedIn?
[Ingresa.](#)

Completa los siguientes campos con información profesional.

LinkedIn

Ignasi, empecemos con tu perfil profesional

Actualmente:

* País:

* Código postal:
p. ej. 28006 (Sólo tu región será pública, no tu código postal)

* Empresa:

* Cargo laboral:

* Indica que es un campo obligatorio.

Un perfil en LinkedIn te ayuda a...

- Mostrar tus aptitudes y experiencia
- Que alguien te encuentre para que aproveches nuevas oportunidades
- Mantenerse en contacto con colegas de trabajo y amigos

Encuentra entre tus contactos a personas que estén en LinkedIn. Si queremos, nos podemos saltar este punto clicando en la opción Saltarse este paso.

LinkedIn

Averigua a quién conoces ya en LinkedIn Paso 2 de 5

Buscar tus contactos de correo electrónico es la manera más fácil de encontrar gente que ya conoces en LinkedIn.

Tu correo electrónico:

Contraseña de tu correo electrónico:

No guardaremos tu contraseña ni enviaremos correos electrónicos a nadie sin tu permiso.

[Saltarse este paso >](#)

Para continuar, debemos verificar nuestro correo electrónico. Así activaremos la cuenta.

Verifica tu dirección de correo electrónico

Hemos enviado un correo electrónico de verificación a . Haz clic en el enlace de verificación en el correo electrónico para activar tu cuenta.

Ingresa con tus claves para verificar tu cuenta.

LinkedIn

[Haz clic aquí](#) para verificar tu dirección de correo electrónico.

Si el enlace de más arriba no funciona, puedes pegar la siguiente dirección en tu navegador:

[https://www.linkedin.com/e/csrf0mSG/-6b3fss-gt07dxs5-6k/...
/?hs=false&tok=1...](https://www.linkedin.com/e/csrf0mSG/-6b3fss-gt07dxs5-6k/.../?hs=false&tok=1...)

Te pediremos que ingreses en tu cuenta para verificar esta dirección de correo electrónico. Asegúrate de ingresar con tu dirección de correo electrónico principal actual.

Antes de poder enviar invitaciones o pedir contactos en LinkedIn te pediremos que verifiques tu dirección de correo electrónico. Puedes tener varias direcciones de correo electrónico, pero para poder usar el sistema siempre tendrás que verificar una de ellas.

Si tienes más de una dirección de correo electrónico, puedes escoger una de ellas como **dirección de correo electrónico principal**. Ésta es la dirección con la que ingresarás en tu cuenta y a la que te enviaremos todos los mensajes de correo electrónico sobre invitaciones y peticiones, además de otra correspondencia del sistema.

¡Gracias por utilizar LinkedIn!

El equipo de LinkedIn
<http://www.linkedin.com/>

© 2011, LinkedIn Corporation

Volverás a tener la opción de conectarte con personas.



Debes elegir la modalidad de pago o gratuita. Lógicamente el número de funcionalidades no es el mismo. En principio podemos empezar con la versión gratuita y en un futuro, si nos interesa, podemos cambiar de modalidad.

| ¿Qué deseas hacer? <small>¿Qué es esto?</small> | Premium | Básica (gratuita) |
|--|---------|-------------------|
| Crea un perfil profesional y amplía tu red | ✓ | ✓ |
| Únete a grupos profesionales o de antiguos alumnos | ✓ | ✓ |
| Busca y solicita empleos | ✓ | ✓ |
| Ve quién ha visto tu perfil de LinkedIn | ✓ | Limitado |
| Ve los perfiles profesionales de más de 120 millones de personas | ✓ | Limitado |
| Envía mensajes a personas con las que no has conectado | ✓ | |
| Filtros de búsqueda premium y alertas de búsqueda automáticas | ✓ | |
| Organiza perfiles en carpetas | ✓ | |
| Añade notas e información de contacto a cualquier perfil | ✓ | |
| Accede a más de 120 millones de usuarios | ✓ | |

Seleccionar premium Planes a partir de 24,95 USD

Seleccionar básica Gratis

[Saltarse este paso »](#)

¡Ya estamos a LinkedIn!

LinkedIn Tipo de cuenta: Básica Ignasi SOC UOC Añadir contactos

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleos Buzón Empresas Más

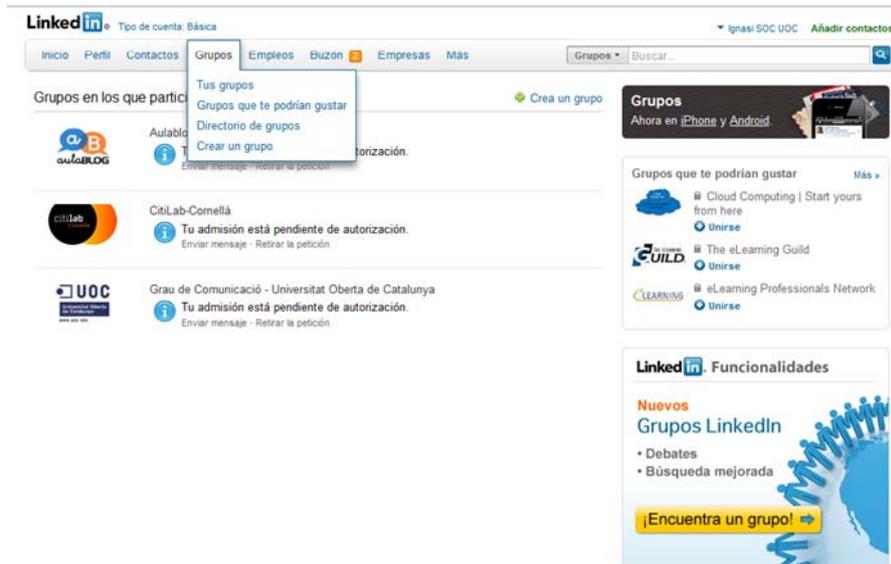
Gente Buscar... Avanzada

13.4. Opciones principales de LinkedIn

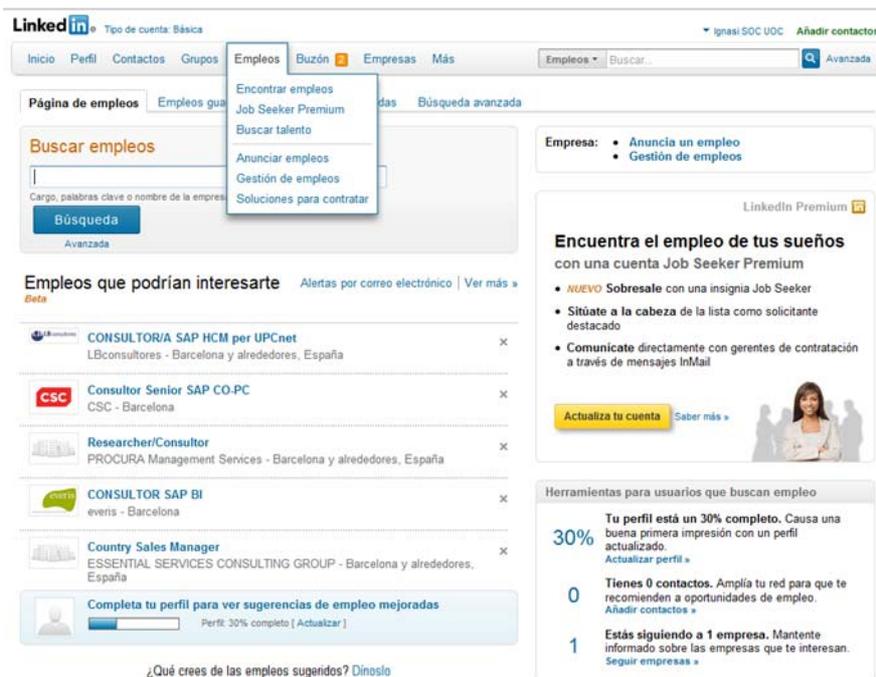
Opción PERFIL: Crea tu perfil profesional

Opción CONTACTOS: Crea y amplía tu red de contactos.

Opción GRUPOS: Participa en grupos de tu interés. Una vez nos admitan en el grupo podremos participar activamente, e incluso participar en los debates que se propongan.



Opción TRABAJO: Podemos buscar trabajo mediante su buscador. Además, si tenemos un perfil profesional actualizado, el sistema nos propondrá algunas ofertas de trabajo.

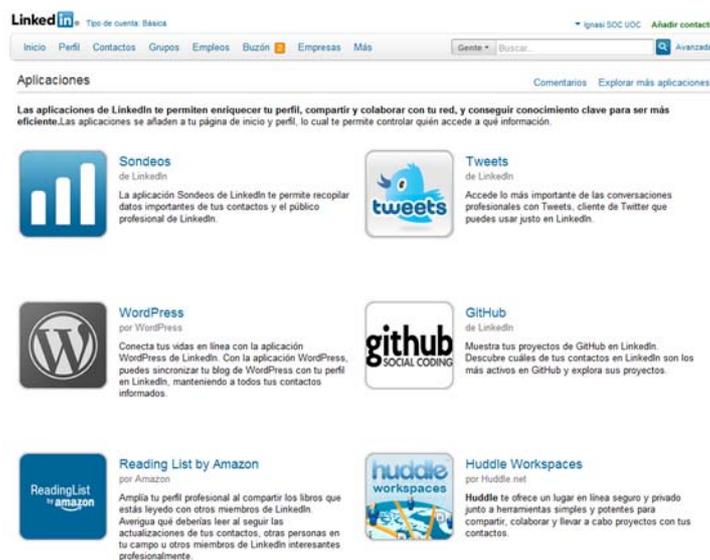


Opción BUZÓN: Si no queremos utilizar un sistema de mensajería externo, LinkedIn nos ofrece esta opción y la posibilidad y facilidad de contactar con los otros usuarios LinkedIn.



Opción MÁS: En esta opción hay una variedad de funciones:

- Respuestas: Puedes realizar preguntas y esperar a que otros usuarios LinkedIn te respondan (sin necesidad de hacerlo en un grupo).
- Centro de aprendizaje: Te ayuda a entender las diferentes funcionalidades de LinkedIn (en inglés).
- Gestionar invitaciones a eventos.
- Realizar encuestas.
- Añadir otras aplicaciones:



Opción BUSCADOR AVANZADO: Permite realizar búsquedas avanzadas de personas, trabajos, empresas, etc.

LinkedIn Tipo de cuenta: Básica Ignasi SOC UOC [Añadir contactos](#)

[Inicio](#) [Perfil](#) [Contactos](#) [Grupos](#) [Empleos](#) [Buzón](#) [Empresas](#) [Más](#) Empleos Avanzada

[Página de empleos](#) [Empleos guardados](#) [Búsquedas guardadas](#) **Búsqueda avanzada**

Palabras clave:

Ubicación: Ubicado en o cerca de:

País: España

Código postal: [Búsqueda](#)

A una distancia de:

Buscar

Funciones: Todas las funciones laborales

- Administración
- Análisis
- Arte / Creatividad
- Atención al cliente

Experiencia: Cualquier nivel

- Ejecutivo
- Director
- Nivel de mediana antigüedad
- Socio

Sectores: Todos los sectores

- Actividades bancarias
- Administración gubernamental
- Aeronáutica/Aviación
- Agricultura

Anunciado: Cualquier momento

- hace 1 día
- hace 2-7 días
- hace 8-14 días
- hace 15-30 días

Sueldo: Información sobre sueldos no disponible para esta ubicación

[PayScale](#) ?

14 Bibliografía

Vander Veer, E. A. (2011). *Facebook*. Madrid: Anaya Multimedia.

Rodríguez Fernández, Ó. (2011). *Twitter. Aplicaciones profesionales y de empresa*. Madrid: Anaya Multimedia.

Rutledge, P.-A. *LinkedIn. 100 millones de oportunidades profesionales*. Madrid: Anaya Multimedia

Fumero, A.; Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange.

Waldman, J. *Job Searching with Social Media*. Publicado por Wisley & Sons.

Webs de Interés

- <http://www.elblogderrrh.com>, ¿QUÉ ESTRATEGIA TENÉIS EN LAS REDES PROFESIONALES?
- <http://www.oficinaempleo.com/content/buscar-trabajo-redes-sociales.html>
- <http://www.rrhhblog.com/2011/02/10/como-conseguir-trabajo-en-las-redes-sociales>
- <http://www.20minutos.es/noticia/1021244/0/redes/sociales/empleo/> Confiamos en las redes sociales para encontrar empleo
- <http://www.messengermania.net/2011/09/13/consejos-para-encontrar-empleo-en-las-redes-sociales/>
- <http://www.redesociales.net/directorioredessociales/>
- <http://www.pymesyautonomos.com/tecnologia/el-dilema-de-la-identidad-digital>
- <http://www.seoriented.com/social-media/encontrar-trabajo-en-redes-sociales/>
- <http://www.ub.edu/bid/24/giones1.htm> La gestió de la identitat digital: una nova habilitat informacional i digital
- www.lavanguardia.es; La identidad digital bien definida, clave para triunfar en Internet. Neus Arqués, La Vanguardia 23/1/2011
- http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/redes-sociales-clave-encontrar-trabajo_2011082900076.html
- <http://buscartrabajo.es/las-redes-sociales-para-buscar-trabajo/>
- <http://buscartrabajo.es/buscar-trabajo-presente-y-futuro-en-las-redes-sociales>

- http://www.elpais.com/articulo/carreras/capital/humano/Llega/Identidad/Digital/Profesional/elpepueconeg/20080406elpnegser_8/Tes REPORTAJE: OFERTAS DE EMPLEO
- Llega la Identidad Digital Profesional. La reputación y la notoriedad se construyen hoy en Internet, algo decisivo para encontrar buenos contactos y clientes. JOSEP M. SARRIEGUI 06/04/2008