



TALLER DE HUELLA DIGITAL

VIDEO TRANSCRIPT

Carmen María = CM

Alba Matallana = AM

CM: Bienvenidos a este Taller de LinkedIn, que hemos organizado conjuntamente con la Adjuntía para la Sostenibilidad de la Escuela de Diseño Industrial, de la Universidad Politécnica de Madrid. Mi nombre es Carmen Marín y soy la persona del equipo de Talent Acquisition de Accenture, que gestiona las relaciones y actividades de captación con las universidades de

Madrid principalmente, pero también con otras regiones del país.

Por mi parte, desear que sea una sesión que os ayude a crear o gestionar vuestra presencia en redes sociales, en especial en la red profesional de LinkedIn, una plataforma en la que todos los profesionales que nos dedicamos a gestionar talento, estamos presentes, y buscando

perfiles que se adecúen a las necesidades de nuestra compañía.

Me acompaña Alba Matallana, pertenece también al equipo de Talent Acquisition, y será la persona que impartirá esta charla.

AM: Pues muchas gracias, Carmen. Pues me presento un poco, aunque Carmen lo ha introducido todo muy bien. Yo soy Alba, aquí podéis ver mi fotografía. Soy Alba Matallana, trabajo en el equipo de Talent Acquisition de la compañía. Sobre todo, lo que hago en mi día a día es reclutar talento, pero bueno, también estoy en una parte importante de Branding para el área de Barcelona.

Vamos a empezar con el taller. El objetivo es entender, qué es una marca digital, cuál es nuestra huella. Desde que empezamos a usar Internet todos nosotros, vamos dejando un rastro, un rastro que se queda grabado y que puede tener una repercusión. Puede tener una repercusión positiva o puede tener una repercusión negativa, y esto hay que tenerlo en cuenta. Sé que todos o muchos de nosotros, empezamos muy jóvenes a utilizar Internet. Entonces, todo eso se ha quedado ahí, se ha

quedado en la web. Con este taller vamos a entender un poco, qué es lo que queda de nosotros. Voy a pedir varios voluntarios para buscaros y ver cuál es vuestra huella digital, y vamos a ver qué repercusión puede tener, y también la forma positiva de toda la huella digital, es decir, cómo yo puedo manipular mi imagen, mi huella digital, para que se muestre únicamente o que quiero que se vea de mí.

¿Qué pasa si nos buscamos en Google?

Obviamente, no sé, yo lo he probado alguna vez. No sé

si vosotros... entiendo que sí, os habréis buscado a vosotros mismos en Google.

Este es Reyes Sanz, es un compañero del equipo. Pero si nos buscamos vamos a ver qué huella

vamos dejando. Lo que nos interesa es que únicamente aparezca aquella parte de nosotros que es importante que se vea en la web. Lo mismo en imágenes, que se vea nuestra fotografía,

nuestros vídeos... Todo lo que nosotros vayamos publicando, va a quedar reflejado en el

historial de Google. Google es una herramienta muy potente y va a poner a todo el mundo que quiera buscarnos, lo que nosotros hemos dejado en la web. Ya sean vídeos... Si nosotros, por

ejemplo, en nuestro tiempo libre somos youtubbers, nos va a interesar que salga nuestro vídeo que hemos publicado en la web, nos interesa que salga el número uno. Pero también tenemos que tener claro que todo aquello negativo, cualquier queja que subamos, va a salir reflejado. Voy a hacer un ejemplo de buscarme a mí misma en la web, para que vosotros mismos veáis qué puede pasar si yo me busco en Google. Esta soy yo, obviamente la primera pestaña que a mí me aparece, en mi caso, es LinkedIn, y esta soy yo, Alba Matallana Pérez, luego hay una segunda Alba Matallana, que obviamente, si tenemos un nombre muy común, podemos compartir una huella digital

con mucha gente. Pero esta chica, por ejemplo, está segunda, pues va a ser una periodista que no conozco. También tengo la parte del perfil público de InfoJobs. También a mi me puede interesar, pues en algún momento que he estado empleo, quede público. Aparece mi bebee también, mi Twitter, que he usado alguna vez. A mi no me importa, porque no soy una usuaria muy asidua de Twitter, no lo utilizo mucho, entonces no me importa que salga aquí, no se va a ver gran repercusión. Y Facebook, pero si entramos no es el mío. Entonces es la huella digital de otra persona que tiene el mismo nombre. Ella sí que los tiene. De mí, por mi parte, nadie puede ver mi Facebook. Simplemente se puede ver lo que yo quiero. Que es, en este caso, lo primero, mi imagen en LinkedIn. Si accedemos aparecerá mi imagen en LinkedIn. Esto cada uno de nosotros, podemos adaptarlo, en las herramientas que tenemos en Facebook, en redes sociales, podemos poner normalmente en privacidad, si queremos o no, que aparezca en Google. De esa manera, podemos guardar un poco nuestra privacidad, para que no aparezca de esta manera. Aquí mi Facebook es personal, mi Facebook tiene unos pocos personales, entonces habría que entrar. Igualmente lo tengo bastante limitado para ello. ¿Hasta aquí alguna pregunta? ¿Lo habéis visto bien? People: Todo bien AM: Perfecto. ¿Algún voluntario? Luego os pediré por si queréis que os busque a alguien a ver qué pasa CM: Tenemos a alguien preguntando en el chat eh, Alba. AM: ¿Vamos a ver, quiere que busquemos ya? Vale, Hugo, te vamos a buscar en Google a ver cuál puede ser tu huella digital, ¿Vale? Hugo Rogelio Albarracín Menees, ¿puede ser? Hugo: Sí AM: Vale Hugo, perfecto. Prefiero oírte, prefiero escucharte. Lo primero que nos aparece de ti, también va a ser tu perfil de LinkedIn. No sé si lo has compartido como voluntario para analizarlo luego. Tenemos aquí, entiendo que este es tu LinkedIn. Luego repasaremos todos los tips, pero está muy bien si yo soy una empresa, pero está muy bien si yo soy una empresa y quiero ver a Hugo, que le quiero contratar y quiero ver su huella digital. Pues mira, lo primero que me sale es su LinkedIn, y ya hemos hablado y me parece perfecto todo su recorrido. Hasta aquí genial. Vamos a ver qué más aparece. Tu perfil profesional en tecnoempleo. Supongo que habrás estado buscando en alguna ocasión en empleo y nos aparece también tu perfil profesional, por lo tanto, muy bien en esta línea,

porque sería todo relacionado con el mundo profesional. Hugo Rogelio, aquí lo tenemos en otra parte, diseño de un motor stirling basado en energía solar, si no te importa, si me das consentimiento entro.

Hugo: Sí, es mi tesis AM: perfecto, también entonces seguimos en la misma línea. Luego, por ejemplo, si te buscásemos en imágenes, entiendo que eres este, que es el de la imagen de LinkedIn, y luego debe de haber gente que por algún motivo tiene un nombre similar al tuyo, pero que evidentemente, no eres tú. En mi caso, salen algunas cositas más, por ejemplo, sale mi foto que tengo en Twitter, mi foto que tengo en un proyecto que participé con mi compañero Diego, que por eso sale aquí, en un evento también de huella digital, tenemos también mi imagen de Pinterest y no tenemos más huella digital mía. Todo el resto pueden ser imágenes que pueden estar vinculadas por algún motivo, pero no tienen nada más. Si yo fuese una youtuber, una loca del YouTube y publicase mis vídeos de fin de semana, aquí también saldrían. Y ahí, ya habríamos visto... Bueno, esto es Matallana, un pueblo que se llama como yo, pero aquí veríamos todos los vídeos de YouTube que yo podría publicar, entonces ahí ya tendríamos un poco de desconcierto. Pero bueno, esto es un poco, un ejercicio que podemos hacer cada uno de nosotros y es un ejercicio que podemos hacer, ver a nuestros profesores, nuestros responsables... y todo el mundo tiene una huella digital que es interesante de conocer. Luego, esa huella digital la podemos mantener o no y hay formas de liberarse de cierta imagen que no queremos mantener. Que iremos viendo. Para ir avanzando, vamos a ver, ¿quién sabría decirme, así mirando la chuletila un poco, ¿qué es nuestra marca digital, hasta ahora? ¿qué es lo que considerarías? Alguien: Los rastros que dejamos en la red al navegar o publicar cosas. CM: Efectivamente. Todas esas expectativas, memorias, historias y relaciones. Todo eso que hemos visto, que, en nuestro caso, de los dos ejemplos que hemos puesto, eran bastante positivos, estaban totalmente vinculados con el aspecto laboral. En otras ocasiones puede ser más complejo. Por lo tanto, estamos hablando de nuestra imagen, de lo que estamos vendiendo a las compañías, a lo que nos interesa a partir de acabar los estudios, que las compañías se interesen en nosotros. Y esa va a ser nuestra marca personal. Por lo tanto, tenemos que cuidar ese marketing hacia



nosotros. Nosotros somos el CEO y nuestra imagen es nuestra marca. Todo lo que queda ahí, es lo importante. No sé si alguno conocéis, el posicionamiento SEO, posicionamiento SEM, toda esta parte, pero tiene muchísima repercusión también en cómo aparece publicado en Google, el orden de todo aquello que una persona puede buscar en Google y puede ver cómo aparece el orden de nuestra imagen. Ser visible y accesible, fundamental. Si queremos que las empresas sepan de nosotros, vamos a trabajar nuestra marca personal y, el objetivo es que nos vean y seamos visibles de la manera más positiva posible para todos. Tenemos que ser responsables de todo aquello que publicamos. Lo que os decía, si nosotros somos youtubers, pero somos youtubers un poco crazy, de publicar nuestra fiesta de fin de semana, pues hay que ir con cuidado. A lo mejor tenemos que usar un pseudónimo, tenemos que usar un mote, para que todo eso si lo queremos mantener separado de nuestra vida laboral, quede a un lado.

Y eso forma parte de tomar conciencia de nuestro YO Digital. Estoy creando mi imagen, estoy creando mi marca. ¿Para qué me interesa? Hay que ir labrando ese futuro. Por lo tanto, crear un contenido fascinante y de valor, que tenga valor para el que nos vaya a buscar. ¿Qué busca la empresa que me interesa? Pues eso es lo que yo tengo que intentar darle. Vamos a ver ejemplos, estos son ejemplos reales, de problemas, de torpezas, en la reputación online de gente que ha metido la pata. No hace falta que seamos youtubers como os decía, que tengamos una vida loca. Simplemente con publicar algo un día que estamos de mal humor en una red social, puede tener unas repercusiones muy amplias. Por ejemplo, este primer ejemplo de Twitter, de una trabajadora que escribió un comentario tal de sus vacaciones de: me voy a África a pillar el SIDA. Es broma. ¿Qué pasó? Que esta persona, evidentemente, perdió su puesto de directora de comunicación, en EEUU en este caso, pero alguien lo vio. También tenemos contactos en nuestras redes sociales que forman parte del mundo laboral, y lo van a ver. Y muchas veces llega gente que ni nos imaginamos. Y hablando de Facebook, que hasta ahora al menos casi todo el mundo tenía Facebook. Primer ejemplo, la amiga de Alice, una trabajadora de una ONG publicó una foto un poco grosera, de estar frente a un cementerio. Esta chica, pues también perdió su empleo en la

ONG que trabajaba. Esto es en EEUU, pero en España, también pasan cosas similares. Por ejemplo, una persona que para gastarle una broma a su jefe, le suplantó la identidad en Facebook y empezó a mandar mensajes con Facebook. Le pareció gracioso, pero más gracioso le pareció a su responsable, que le dijo que hasta luego.

Y por último, como ejemplo, una persona que estaba de baja laboral publicó fotos en un parque de atracciones y en una discoteca. Pues despido disciplinario. En este caso, hablamos de despidos que se pueden demostrar, por lo tanto, no vas a recibir ninguna compensación por despido improcedente. Este despido es justificado, es procedente, así que asúmelo. Y espera que otra empresa que pueda contratarte, no tenga relación con la empresa anterior con la que estabas y vaya a pedir referencias tuyas, se le explique la situación, y te cueste muchísimo más encontrar trabajo. Entonces, hasta ahí la huella digital, nos puede jugar muy malas pasadas. Hay que ir con cuidado con las redes. ¿Alguno de vosotros conoce alguna situación, alguna historia similar, alguna metedura de pata que nos quiera contar? ¿No? Bueno, veo que estamos un poco tímidos con esto, pero vamos, son situaciones que se van repitiendo constantemente. No sé si alguien has escrito, Carmen, he oído un pitidito. Pero bueno, sigo avanzando, voy a compartiros un vídeo bastante... a ver si funciona, porque estas cosas a veces... En este vídeo, perdonadme... Vale. No oís la música vosotros, ¿verdad? CM: No se oye No os preocupéis, porque solo tiene una música de fondo. Lo importante es que vayamos leyendo lo que aparece, yo os lo voy a ir relatando por encima. Es un vídeo cortito, pero yo creo que es importante, ir viendo la historia de Felipe, que es un profesional, que tenía bastante éxito y en un momento dado en su vida, pues pierde su empleo. Este chico entró en juicios con su antigua empresa, y todo esto quedó finalmente reflejado de alguna manera, en la web. Nadie le llamaba para trabajar. Eso tuvo una repercusión muy importante. Obviamente, en Google, queda todo marcado, y sale el pleito, que tuvo Felipe, pobrecito. Todo el mundo se dio cuenta. No sabemos el motivo, puede ser positivo o negativo, pero parece que a las empresas eso no les gusta mucho. Él estuvo pensando cómo podía arreglar la situación. Positivo: vamos a ver cómo lo arreglo. Identificó a sus potenciales reclutadores, quiénes quiero que se fijen en mi imagen

personal, en mi imagen como trabajador, analizó sus recursos, miró a ver qué podía hacer, obviamente estudió mucho. Es Felipe un gran estudiante, y se puso manos a la obra, para solucionar este tema. Pensó en toda esta imagen que debía dar, como hemos dicho, muy importante hacer una planificación de qué imagen queremos mostrar a la gente que queremos que se fije en nosotros, y trabajó en todas las redes sociales que él consideró. LinkedIn, YouTube, en Twitter, en cualquiera de las redes sociales que él tenía, donde lo podían encontrar a él obviamente, donde podían buscarlo. Ahí él se creó una imagen de marca en sí mismo. Usó técnicas de marketing para mostrar cosas buenas, de las primeras... Lo que os decía antes, el posicionamiento SEO, SEM... todo esto, y Google empezó a amarle, empezó a salir lo que él quería, lo primero de la lista, es lo que comentábamos antes.

¿Y qué pasó? ¿Qué Felipe encontró trabajo? Pues bueno, siguió costándole, no encontró en este momento, pero gracias a esta iniciativa, que tuvo Felipe, con todos los ahorros que tenía, lo que hizo fue montarse una empresa, una start-up propia, para ayudar a que la gente posicionase su imagen de marca para gestionar su reputación online. ¿Esto qué nos viene a decir de Felipe? Que la imagen es super importante, es decir, como nosotros, nos vendamos a los demás, esa es la parte más importante, lo que nosotros trabajemos para conseguir gustar a los que nosotros queremos que... a los que nosotros queremos gustar. Un poco... ¿qué le gusta al chico o a la chica que me gusta no? Siempre que nos enamoramos un poco, intentamos averiguar saber qué es lo que le gusta, para nosotros podamos imitarlo, hacerlo, para que se fije un poco más en nosotros. Pues es un poco, trabajar como ello. Con esto quiero abrir un poco el debate de si consideráis, ¿cómo veis que Google sea una herramienta tan potente, que, en algunas ocasiones, prive a las personas de su derecho al olvido? ¿Cómo veis que está actuando Google? ¿lo veis como una experiencia positiva, negativa...? Contadme un poco vuestras opiniones. Alguien: Google lo sabe todo. AM: Google lo sabe todo, efectivamente. Efectivamente, entonces... ¿qué opináis? ¿Derecho al olvido en Google?... Alguien: en positivo si sabes cómo gestionarlo, pero si lo dejas pasar igual tienes fotos en Facebook, en Instagram y lo pasas por alto. AM: ¿Tú cómo te llamas? Qu no veo tu nombre. Alguien: Adrián.

AM: Adrián, encantada Adrián. Efectivamente, yo no sé desde cuándo tenéis vosotros redes sociales, pero cada vez somos más jóvenes, desde que tenemos redes sociales. Yo creo que me hice Facebook en 2008. En ese momento, yo no estaba pensando en mi búsqueda de empleo, ni mucho menos, entonces todo eso, puede tener una repercusión, ¿qué pensáis los demás? Aparte de Adrián.

Alguien: es una cuestión de gestión, hay que saber gestionar tus redes sociales y los diferentes perfiles, todo lo que vas haciendo. Hay que tenerlo muy en cuenta, como has dicho antes, en tu caso con la gestión de tus fotos de Facebook, pues hay que saber con quién lo compartes. Entonces bueno, pues uno puede tener un perfil de Facebook privado, pero también hay que saber que cualquiera te puede encontrar con un poco de maña. Entonces pues hay que tener todo eso muy en cuenta. Al final, si quieres que las redes sociales te sirvan en un ámbito profesional. AM: Eso es, ¿cómo te llamabas tu? Alguien: Camilo. AM: Camilo, muchas gracias. ¿Alguien más quiere aportar algo sobre este derecho al olvido? Alguien: Hola, bueno, yo soy Ricardo, yo creo que... Google solo es una herramienta, no es el culpable de que esté eso ahí. Si tú tienes en tu casa, dentro de tu casa, en los marcos de las fotos, fotos que no quieres que vea gente y luego viene gente a tu casa, pues las va a ver. Tampoco digo que en tu casa no tengas fotos de tu familia, pero tienes que cuidar las fotos que quieres que se muestren al mundo. Google al final es un escaparate. Tú eres el que las está mostrando, no es Google. AM: sí, exactamente, pero bueno, sí que es verdad, que por ejemplo en el caso este que hemos visto del hombre este del vídeo, él tuvo un pleito con su empresa, y de algún modo, ese pleito quedó registrado en Google, sin él tener esa potestad de decidir si sí o si no. Hay muchos casos de gente que, a lo mejor, está en listas de morosos, por ejemplo. Y esto no lo decide la propia persona. En este caso ¿qué podemos hacer?

Alguien: Hola buena. Perdón, no sé si te está interrumpiendo... En esos casos, hasta donde yo tengo entendido, sí que existe derecho al olvido. No sé si en las listas de morosos, hasta donde sé, no es tan fácil llegar a entrar... Pero quizá, el caso del pleito, por ejemplo, si finalmente no dio consentimiento, puede entrar otro pleito, valga la redundancia, y conseguir ese derecho al olvido, y que se elimine esa información de red, digamos.

AM: pero bueno, el daño ya puede estar hecho. Y ahí es donde entiendo entra un poco el debate, más fastidioso de todo eso. Alguien: claro, si al final no eres tú quien... O se escapa de este control de herramienta que es Google, a tu control digamos, desde luego es un problema. AM: sí, en ese caso, cuando no es decisión nuestra o no puede serlo, pues es un poco más complicado, pero hasta donde nosotros podemos trabajar (y esto es un poco lo que nos indica el vídeo) si nosotros vamos posicionando digamos, nuestras redes sociales, dando una imagen positiva y las podemos posicionar en Google, mediante las herramientas que comentábamos de SEO, SEM, etc. Pues podemos dejar atrás otras publicaciones que queden pues en la página número 2 de Google, que, gracias a Dios, mucha gente no accede ni rebusca tanto. Óscar: Alba, yo tengo una preguntita. Estamos aquí hablando de este derecho al olvido, pero también yo me planteaba si vosotros y vosotras como profesionales, pensáis que haya algún escenario, que tanto lo que publicamos o lo que hemos publicado en Facebook, en Instagram o en Twitter, pero quizás más me fijaba también en el aspecto visual, tanto en Instagram como en Facebook, en que tenga un aspecto positivo. Pensar que alguna de nuestras publicaciones, que hemos hecho en algún momento en el pasado, o que vamos a hacer en el futuro, pueden ser positivas, o que vosotros como departamento de RRHH consideráis que puede ser positivo o positiva, esa interacción o ese comentario, o ese elemento visual. No sé si me estoy un poquito adelantando, pero también me parece como interesante ver esta doble perspectiva. NO solo la estigmatización de estas redes sociales, sino también el punto positivo. ¿Qué pensáis? AM: eso es, sí. Justo esta diapositiva que venía ahora habla un poco de cómo mimar nuestra imagen. Que nosotros tenemos derecho a seguir utilizando redes sociales y a no escondernos por ello. Entonces en esta diapositiva que sigue, es donde o de qué manera podemos publicar o seguir trabajando con nuestra imagen, sin que tenga una repercusión negativa. Obviamente todos tenemos una vida aparte del trabajo, y yo como RRHH, si en algún momento quiero indagar sobre alguien, entro en Google y veo que tiene un blog sobre cómo cuidar mi jardín de flores, pues creo que también es bueno. Es una persona que está trabajando en sus redes sociales, está interactuando en un blog, está metido en esto y creo que también es positivo.

Podemos encontrarlo en grupos, lo vemos en meet ups, podemos trabajar en eventos organizado por empresas, en hackáthones, etc. Y verlo publicados. Todo esto es una parte muy positiva de las redes sociales y que también nos dan un currículum. Hay gente que tiene un blog y muchas veces no lo pone en su currículum. Yo creo que es importante añadir esto como un dato de interés en un currículum. Si yo no entro en Google y no busco esa persona, a lo mejor no lo sé, que esa persona está trabajando de esta manera en redes sociales, o que está participando en meet ups, o que ha llevado a cabo hackáthones. Y eso sí que queda reflejado y es una parte muy interesante y positiva, para vender una imagen de una persona. Y esto es lo que tenemos que intentar, con la parte del SEO, que se posicione, lo número dentro de nuestras búsquedas personales en Google. Yo quiero que salga mi LinkedIn, quiero que salga mi InfoJobs, y luego quiero que salga mi blog. Obviamente cuando me buscan, que aparezco mi blog, obviamente que aparezcan los grupos de interés en los que participo. Aunque sea un grupo de interés de videojuegos. Pero no es negativo, es positivo. Tengo una interacción y quiero que quede reflejada porque soy el número uno jugando a X juego, y eso para mí es positivo. Pues me interesa que todo esto, se vaya posicionando el número 1 dentro de Google, y que todo lo malo vaya quedando para atrás. Por ejemplo, Bebee, LinkedIn, todas estas posiciones de comunidades de talento... Todo esto cuando buscamos trabajo es interesante. Porque muchas veces, como recruiter puedo buscar una persona y ver en todas las redes en las que está buscando talento. Eso es lo que demuestra que somos personas con iniciativa, inquietos, perfiles con potencial... Se sabe vender. Aquí es donde vemos, pues esta persona se sabe vender, sabe vender su imagen. Una imagen digital cuidada, evidentemente. ¿Dónde miramos las empresas que pueda ser interesante? Pues las redes. Accenture está presente en todas las redes sociales y Accenture, también mira en todas ellas, para reclutar a gente. Y los perfiles de ingeniería, entiendo que todas estas las conocéis y buffer, yo creo que son herramientas también bastante interesantes. No sé si vosotros las conocíais, si vosotros las conocíais, si trabajáis en ellas... Alguien: A mi por lo menos no me suenan. AM: ¿Ninguna de ellas? Alguien: No, la verdad es que no AM: ¿Cómo te llamas? Manuel: Manuel

AM: Pues mira, yo os las recomiendo. Hablo con Carmen para que os las pase. Para perfiles de ingeniería, son importantes. Vosotros si no me equivoco estáis en diseño de ingeniería industrial. Entonces, son herramientas que pueden ser muy interesantes. Hay unas que os sirven más, otras que os sirven menos, pero también son buenas para meteros en grupos, conocer diferentes comunidades, se comparte en stackoverflow mucha opinión, quizá más relacionada con programación, pero bueno, creo que es interesante que las conozcáis, os las pasaremos. ¿Hasta aquí alguna duda dentro de la huella digital? ¿Pasamos a LinkedIn? Alguien: yo tengo una duda, en las redes sociales, que habéis dicho que se pueden mirar cuando se recluta talento... Yo tengo por ejemplo el Twitter y el Instagram abiertos perfectamente. A ver, tampoco comparto nada raro, pero a lo mejor en Twitter, es una red social muy dada a poner algunas opiniones políticas, a ver... si no son super locura, ¿hasta qué punto afecta eso, tú crees que puede afectar o...? AM: a ver, no vamos a ir a indagar qué opinión política tienes o qué comentarios... Porque no es legal, eso yo no te lo puedo preguntar en una entrevista y no debería repercutir en nada. Entonces, en eso no nos vamos a meter. En este caso, tienen sus propias formas... no sé si en algún momento habéis visto publicado en Facebook o Twitter, empresas que buscan talento. No sé si lo habéis visto... o alguna oferta de trabajo, pero son menos utilizadas para nosotros, para buscar talento, pero se utilizan. A lo mejor sí que de una manera más voluntaria, no voy a ver pues grupos de Twitter o en Facebook menos, a ver este perfil, quién es, cómo es, y qué hace en su vida e intentar indagar, un poco más voluntariamente. Sin embargo, en Instagram, en LinkedIn. LinkedIn es la herramienta por experiencia, es lo que más utilizamos, lo que más empleamos y donde los perfiles estáis más preparados y volcados a todo ello. Y en Instagram, muchas veces, si seguís a empresas, vais a ver publicadas imágenes sobre "Apúntate a este proceso de selección, este es nuestro proceso de selección, pero desde mi punto de vista, a no ser que sea algo específico, que yo vaya a buscar a una persona concreta, en estas redes sociales, no tiene por qué, no tengo por qué meterme yo en tu Twitter. Si que es más desde el otro punto de vista, el que tú publiques algo y la empresa en la que trabajas lo vea. A lo mejor es más desde este punto de vista donde puede tener repercusión. Pero sino la

herramienta más eficiente para nosotros es LinkedIn, y luego estas herramientas más de cara a vosotros. A si queréis posicionar vuestra imagen, pueden ser bastante interesantes para los perfiles de ingeniería. No sé si he respondido a tu pregunta. Alguien: Sí, gracias. AM: de nada. Pues pasamos a la identidad visual de LinkedIn. Os quiero dar las gracias porque muchos de vosotros habéis compartido vuestro LinkedIn, y yo os he ido mandado mi solicitud de amistad. A los que he recibido en el correo el LinkedIn, para que tengamos el contacto. Es una forma de interactuar vía LinkedIn, para ir dándonos a ver un poquito más en este mundo laboral. Aquí tenemos a Domingo Mirón, que es el presidente de Accenture Iberia. Si alguien tenía que tener un perfil bien hecho, y una imagen de marca de la que compartir y de la que poder hacerse eco es Domingo Mirón, y por eso lo he utilizado. Como sabéis y he podido ver en muchos de vuestros LinkedIns, muchos ya lo tenéis muy trabajado, ya lo tenéis super bien, pero lo vamos a repasar porque habrá unos que os interesen unas cosas u otras. Y luego entramos un poco a ver alguno de vosotros, el que quiera, revisamos su LinkedIn y vemos qué opciones tenemos. Aquí, siempre que nos creamos una red social, además las propias redes nos invitan a ello, es que toda la privacidad y toda la imagen personal, la tengamos cuidado con ello, y nos invitan a ello. Bueno, vamos a ver. El perfil de LinkedIn, LinkedIn nos da una opción, de bien tener una dirección larga o una dirección corta. Yo os invito a que pongáis la dirección corta. Muchos de vosotros, el perfil que me llegó es con la dirección larga, es decir, con vuestro nombre completo. Es decir, www. LinkedIn, no sé cuántos, y vuestro nombre. Una dirección así de larga. Para ponerla en un CV en papel u online, es importante que hagáis la dirección cortita de LinkedIn, porque es mucho más accesible, queda mucho mejor. Que trabajéis todas las websites que queráis que aparezcan, el email... ya es abierta a cada uno de vosotros. Si lo queréis tener público o no. Esto os da la opción de todo ello. Yo suelo tener el mío de contacto de la compañía, no tengo el mío personal, por si alguien quiere contactar conmigo, que pueda hacerlo. Algún candidato, alguna persona, potencial para mí, pueda escribirme. Y también podemos indicar nuestro LinkedIn. A lo que me refería antes, es a tener una URL personalizada, porque es mucho más visual, mucho más accesible y enlaces a otras redes sociales. No recuerdo si era Adrián, el

último que ha intervenido, que me habla de su Twitter, que publica cosas. Si para él es interesante, que la gente se haga eco de esas publicaciones, yo recomiendo 100% que, si para vosotros es una imagen importante, y creéis que aporta a vuestra imagen laboral, que es lo que es LinkedIn, adelante, poned todos esos enlaces. Si tenéis un blog en el que trabajáis y estáis super orgullosos, de todo lo que compartís en ese blog, aunque no tenga relación, en este caso con el diseño industrial, pero os queda bien y vosotros sois muy activos, y le ponéis todo el cariño del mundo, también compartidlo. Todo esto es imagen que estáis generando vuestras. Una foto profesional. Aquí tenemos bien guapo a Domingo Mirón, se nota que no es un selfi hecho con el móvil. Podéis tener una foto también en un evento. Mucha gente pone su foto haciendo una ponencia y considera que se le ve bien. También ponedla. He visto fotos de todos tipos, he visto gente montando a caballo en su foto de LinkedIn, he visto gente haciendo surf, he visto a gente... Yo recomiendo la foto en la que se nos vea claramente que somos nosotros. En la foto, que sea lo más fiel a vuestra imagen en el día a día, ¿vale? Porque luego sí que es verdad que viene la gente a entrevista y no le reconozco en la recepción, porque no se parece nada, porque ha puesto una foto super maquillado o maquillada, y luego no es una persona que luego sea así. Es mi recomendación, luego cada uno que ponga lo que quiera. El nombre completo, en LinkedIn, sobre todo. En otras yo creo que podemos utilizar un nickname o pseudónimo. Al menos el nombre y el primer apellido. Para que sea mucho más fácil buscarnos e identificarnos. Un puesto descriptivo, pues lo que estamos haciendo actualmente, podemos poner varias cosas, en el puesto descriptivo. Es decir, yo soy Alba Matallana, este sería mi nombre, abajo Talent Acquisition, pero además digital lo que sea partner, y luego todo lo vinculado con mi carrera, lo puedo ir incluyendo, separado por líneas, por ejemplo. Y la localización de dónde me encuentro. Aquí os recomendaría, si utilizáis el LinkedIn como herramienta para encontrar trabajo, pero vosotros estáis en Madrid, pero os vais a desplazar en Barcelona, podéis poner que os encontráis directamente en Barcelona. Porque yo como recruiter, a la hora de hacer mis búsquedas para la gente que quiero contratar en Barcelona, voy a filtrar por la gente que ya está en Barcelona, y los que ponéis otra localidad, no me vais a aparecer. Aquí vemos, bueno un poco

el resumen y obviamente, cuidado con la ortografía. Esto parece mentira, pero hay mucha gente que no tiene ese cuidado y queda un poco raro. Vale, cualquier cosa, me interrumpís y me vais presentando.

Vamos a ver la identidad visual de LinkedIn, es importante que tengamos un extracto. No porque yo como recruiter me vaya a leer 100% todos los extractos de una búsqueda, sino porque los extractos me sirven y le sirven a LinkedIn para hacer una búsqueda por keywords, por palabras que para mí sean relevantes para el perfil que estoy buscando. Es decir, si yo soy programador en JAVA, o yo estoy mejor dicho buscando un programador en JAVA, voy a buscar por esa keyword y me van a salir todos los perfiles que tienen muchas veces en el extracto, la palabra JAVA. Por eso ahora veremos la importancia de los keywords en el extracto. He estado mirando los perfiles que me habéis mandado. Había unos extractos muy bien desarrollados y había otros que eran muy cortitos y tenía dos días. Lo que se recomienda que aparezca en el extracto es que esté escrito en primera persona, directo y preciso. Tampoco vamos a contar la biblia en verso, queremos que quede todo claro, lo que a mí me importa y que sea relevante para mi búsqueda de empleo. Incluyendo todas esas keywords. Es decir, si yo quiero especializarme en una tecnología concreta, si yo quiero estar en un área concreta, tiene que aparecer y lo podemos incluir cuando hablamos de nuestras preferencias. Estoy buscando esto, me he dedicado a esto. Me he dedicado siempre a esto, pero me encantaría pasar a esto otro. Aquí es un espacio perfecto para hablar de esto. Sí que está bien que nos presentemos. Hola, soy Alba y soy de Barcelona y tengo X años, pero vamos a hablar de lo que hemos hecho y de lo que nos interesa, hacia dónde vamos. De esta manera, damos un poco todo este valor a las empresas que nos están buscando. He hecho esto, pero yo quiero dirigirme hacia esto, este es mi objetivo. Mencionamos nuestros principales logros, no está de más hacerlo aquí. Alguien: por ejemplo, si estamos trabajando y ponemos hacia dónde queremos ir, que puede ser otra posición distinta a la que estamos ejerciendo en la empresa actual, ¿cómo lo podemos hacer sin que la empresa en la que estamos trabajando se dé cuenta? AM: Sí, eso es un hándicap, podemos poner "me interesa muchísimo esta parte. Yo vengo dedicándome a JAVA y tengo muchísimo interés en Blockchain y todas las nuevas

tecnologías que tengan que ver con la transformación digital de los clientes” Ahí no estoy diciendo “quiero hacer esto” pero tengo mucho interés en hacer esto. Esto a mi empresa actual le puede parecer bien porque dicen: ah mira qué bien. Por ejemplo, Paul tiene interés en seguir creciendo en la compañía en nuevas tecnologías, y a las empresas que me están buscando pueden decir “mira, este chico sabe JAVA y tiene una gran experiencia pero tiene interés en otras tecnologías”. Y ahí no estamos diciendo que queremos cambiar, simplemente estamos diciendo que tenemos interés hacia el futuro y a seguir creciendo en este ámbito, en este y en este, por ejemplo. No sé qué te parece Paul.

Paul: me parece bien. Lo pondré como que me llama la atención. AM: Eso es, claro. Me llama la atención, me parece super interesante, creo que eso es el futuro, o lo que sea. Que quede reflejado, que aparece ese keyword interesante, pero no estamos diciendo que quiero dejar todo lo que he hecho ahora para cambiarlo. E incluir contenido multimedia si lo tenemos. Si, por ejemplo, como diseñadores contamos con un portfolio o con algo así, que podamos poner aquí el acceso. Porque muchas veces, en el caso de que sigamos nuestra carrera hacia el diseño, tengamos nuestro portfolio y demás, el recruiter nos lo va a pedir siempre. Entonces si tenemos esto ahí, el recruiter ya tiene eso hecho, entonces ya nos va a contactar con mucho más trabajo adelantado. Y ya estamos dando a conocer nuestro trabajo a todo el mundo. Entonces, todo ese contenido multimedia que pueda ser de interés, lo vamos a incluir. Y, por último, la parte de inglés. Si tenemos un buen nivel de inglés, lo podemos hacer en inglés. Sin embargo, es interesante porque LinkedIn nos da la opción de incluir nuestro idioma, el materno, el español en este caso, para los que somos de aquí, y luego poner la traducción en inglés, y que el recruiter o la persona que baya a ver nuestro perfil, pueda hacer el cambio. Esto es opcional para vosotros, pero siempre si tenéis un buen nivel en inglés, os recomiendo hacerlo, sobre todo si queremos trabajar en empresas multinacionales o queréis trabajar en el extranjero.

Óscar: Hola Alba, soy Óscar, tengo una preguntita. Para incluir, por ejemplo, temas, contenido multimedia, que se pueden poner o imágenes o se puede poner también un enlace a un portafolio nuestro o algún vídeo, alguna cosa... Hay la posibilidad de ponerlo... poner

muchos, muchas veces. Entonces yo siempre he tenido la duda de cuál es el balance digamos. Porque hay algunos que se pueden poner en el perfil descriptivo, otros con los estudios o nuestra parte educativa, otros que se pueden poner en la parte de experiencia profesional... Entonces, mi pregunta es si vosotros y vosotras consideráis que hay un límite en el balance. Si está bien poner dos o tres, o si ponemos muchos es poner demasiado... AM: Sí yo creo que es importante, de hecho, yo tengo en cada trabajo en el que he trabajado, tengo vídeos y demás de cada compañía en la que he estado, para hacer propaganda de la compañía, para decirlo así. Eso vosotros mismos, tenéis que hacer balance. Yo como recruiter... esto ya cada uno como recruiter, es un mundo y va a hacerlo a su manera... A mí no me molesta, simplemente yo digo que, si aporta valor, mejor. O sea, si aporta valor, 100% sí, subámoslo. Por eso os hablaba antes a lo mejor, de vuestro currículum, cuando estamos buscando trabajo. Aquí debajo del extracto, añadir el CV donde se resumen todo lo comentado, añadir el portfolio, añadir un enlace a nuestro blog, o que estamos trabajando porque me encanta y es super bonito, añadir a la web que estoy desarrollando, a la start up que estoy trabajando, pero todo esto aporta valor. Yo de hecho, cuando estoy viendo un currículum y una persona, me pone un enlace a la start up que ha desarrollado, y lo puedo ver, me parece super interesante de verlo, entonces siempre que aporte valor. Si luego es información de más, que hace ruido, y no aporta tanto valor, mejor omitirla, pero eso es lo que cada uno considere. Yo no te puedo decir sí o no. Eso es lo que cada uno considere. Yo creo que es importante, que lo que nosotros consideramos que la empresa que me está buscando le pueda interesar. Lo que os decía, si soy programador JAVA y tengo una web desarrollada, el enlace a la web para que la vea. Pero yo no sé decirte si mucho o poco, mientras no enturbie y se esconda información y nos podamos perder... yo creo que es interesante compartir todo lo que nosotros hayamos creado y aporte valor de nuevo.

Óscar: Muchas gracias. AM: Luego, siguiendo un poco la parte de LinkedIn, ¿qué más cosas son importantes aparte del extracto? Podemos tener un extracto maravilloso y no tener nada más relevante. La educación, siempre que la hayamos realizado y esté finalizada, es importante ponerla, empezando por la

carrera, y luego los másteres, cursos y demás. Si no está finalizada, pues por ejemplo hay gente que tiene dos años en la carrera de matemáticas y luego decidió pasar a un

FP. Y acabó el FP de desarrollo DAM, y ese sí que lo acabó del todo. Bueno, no está mal, porque has hecho dos años de matemáticas, también es información interesante. Pero ahí también valoramos cada uno de nosotros si aporta valor. ¿Es verdad que fui a clase o esos dos

años o realmente no fui y no aporta valor? Y me arriesgo a que en la entrevista me pregunten cosas relacionadas con esa experiencia.

Entonces, ahí tenemos que sopesar si es o no interesante. Normalmente la gente pone su recorrido académico que normalmente ha realizado.

Luego aptitudes y valoraciones, nosotros vamos a poner y luego habrá gente que nos valore, o no. También nos sirven como keywords si los queremos añadir. Si yo lo que comentaba, siguiendo con JAVA, sé de JAVA, pues pondré JAVA. Yo os invito a poner todas aquellas tecnologías, porque a mi me sirven como reclutar, como keyword. Para que me lo encuentre

LinkedIn cuando yo hago una búsqueda de perfiles JAVA. Y luego veréis gente que os vaya validando porque sí. No sé cuál es el este, pero vamos, como reclutar tampoco lo tengo 100% en cuenta por eso mismo. Aquí hay mucho ruido, en actitudes y valoraciones. Uy, perdón. Y la parte de logros sí que es interesante y he visto que muchos tenéis. Todas las publicaciones,

otros cursos o que os hayan dado algún premio o alguna cosa, eso publicadlo siempre, en un CV o en LinkedIn, eso tenedlo siempre publicado. Si hacéis voluntariados también es interesante. Si os han dado reconocimientos o cualquier cosa, si hablamos idiomas. Yo aquí contaría como idioma, siempre a partir de un B1. Todos sabemos si podemos o no defendernos en una conversación, porque a las empresas lo que nos interesa de si Domingo Mirón habla francés, es que hable francés, que este chico tenga esa competencia, sepa manejarse en francés, enviar un correo y mantener una videoconferencia con alguien en francés. Eso es una recomendación que os doy como reclutar. ¿Qué hice un año de ruso y tengo un a1? Bueno, ¿Puedes manejarte en ese idioma? Esa sería la pregunta que a mí me

interesaría que esto contestase en LinkedIn, pero repito que cada uno es libre de poner lo que quiera.

Igualmente, y esta es una pregunta que soléis hacer mucho, si no tengo el título de inglés, ¿pero he vivido 5 años fuera lo puedo poner? Sí, no hace falta que tengáis el título, simplemente que seáis conscientes de que maneáis ese idioma como para decir que realmente hablo este idioma.

Y empresas y demás que nosotros, con las que colaboremos, con las que participemos. Empresas que nos sean interesantes a nosotros, las podemos incluir.

Los skills, van a ser keywords, todos esos skills para nosotros como recruiters, se convierten en keywords, del softskill... o del... vamos, cualquier palabra que yo esté buscando y que vosotros consideréis que aporta valor, incluidla, porque la voy a buscar.

Y reconocimientos al mejor expediente. Esto yo sé que todos vosotros lo ponéis, porque si lo tenéis, a todo el mundo nos gusta que se reconozca, como siempre.

Y bueno, un poco por repasar, el nombre completo, empresa y localización super importante... Explicar las funciones, si estamos trabajando en una empresa, que, en cada una, incluyamos una breve descripción de lo que hacíamos ahí, porque ahí también incluiremos muchos keywords y damos muchas pistas sobre lo que estamos haciendo en ese momento y qué experiencia tenemos hacia el reclutar. Hay muchas veces que a mi puede que se me escape gente porque no estoy entendiendo muy bien en lo que están trabajando, entonces no considero que sea el perfil que busco y no les contacto. Yo creo que es super importante en esa parte, dar una breve descripción de las tareas que hago, con qué personas me relaciono, qué funciones tengo, etc. Y aquí podemos ver cómo Domingo Mirón ha ido subiendo dentro de la misma compañía hasta llegar al presidente de Accenture. En tus logros incluye tus publicaciones, si perteneces a ONG, tu nivel de idiomas... y el material adicional que consideremos. A eso, lo que consideremos cada uno, si aporta valor adelante, sino yo lo omitiría. Alguien: sí. Yo tengo una pregunta, pero es más del tema de logros. Yo he hecho muchos cursos, en la universidad, pero muchas veces no sé cómo ponerlos, porque piden el nombre, un número... Y a lo mejor en el curso no me lo han

dado. No te deja poner a lo mejor la entidad, entonces queda un poco raro. No sé qué pensáis los recruiters de estos cursos. Debemos ponerlos, no.

AM: son cursos que os da la universidad, pero a lo mejor son muy cortitos en el tiempo y no tienen un diploma por haber participado.

Alguien: bueno, los que están aquí en la universidad, en el centro de liderazgo, hacen muchos cursos y sí te dan diploma. Lo que es verdad es que como no te dejan poner la empresa donde haces el curso, o yo no sé cómo se hace. Yo lo tengo puesto, pero no sé si queda reflejado el curso en sí.

AM: vale, lo tienes puesto, ¿cómo te llamas?

Elena: Elena Jiménez, de hecho, te di mi perfil.

AM: ¿me lo diste? Vale, pues entonces luego lo vemos. Elena Jimenez Quesada. Pues si quieres luego entramos y vemos cómo lo tienes, a ver cómo lo interpretamos, todos los demás.

Elena: Sí

AM: Lo vemos, pero sí que tiene una parte donde podemos añadirlo. A lo mejor es un poco más compleja de lo que parece para según qué cursos, pero he visto gente que tiene los cursos de Coursera. Todo esto se valora también. Cualquier curso, lo de liderazgo, por ejemplo, si quieres entrar en una parte de estrategia, yo trataría de reflejarlo de alguna manera. Va sumando valor en esa carrera que quieras desempeñar en estrategia. Luego creo que puede ser interesante ver cómo aparece reflejado y a ver cómo lo interpretamos los demás. Gracias. Esto es lo que me refría, la parte de privacidad de LinkedIn. LinkedIn nos da una privacidad que puede ser o más amplia o menos amplia, según cómo queramos.

Entonces, ¿quién quiero que vea mis contactos? Desde mi punto de vista, como vosotros queráis. Si a vosotros os interesa que la gente vea qué contactos tenéis, pues teneadlo presente. Yo creo que, si vosotros no lo negáis, LinkedIn no os deja ver los de los demás tampoco. Yo lo tengo abierto, a mi no me importa que la gente lo vea, al final LinkedIn es una red profesional. Pero cada uno puede tener sus propios intereses en este aspecto. Cuando realicéis cambios en vuestro perfil, podéis desconectar estas dos opciones, que son la de compartir todas las ediciones. Obviamente, a todo el mundo le va a decir LinkedIn que has cambiado de trabajo. Si no queréis que esa información le llegue a los demás contactos que tenéis, pues podéis quitar esta opción. Yo tengo muchísimos contactos en LinkedIn y me llega de muchísima gente todos

los cambios que hace al día, incluso si es su cumpleaños y es gente que no conozco, entonces lo podéis desconectar.

Y luego toda la parte de “quiero que los demás sepan cuando visito sus perfiles”. Si vosotros decís que no, vosotros no vais a poder ver quién ve vuestro perfil. Supongo que lo tenéis en cuenta, pero son opciones que os da LinkedIn, que vosotros vais a tener que valorar. Esto lo usamos mucho los recruiters. Yo no lo tengo en modo privado, porque a mi me interesa que el candidato vea que yo he visto su perfil. Si a mi me ha interesado, voy a contactar con él, va a tener un mensaje mío. Eso como vosotros veáis. Pero si lo quitáis no vais a ver quienes os han visto a vosotros. Siempre que creéis el perfil de LinkedIn. Revisad la privacidad para ver cómo lo tenéis puesto, creo que es importante darle un repaso a esto y nosotros también podemos decir quién puede enviarnos la solicitud de contacto. Cada uno es libre. Yo sé que vosotros dentro del mundo de la tecnología y de todo lo que es el diseño industrial, sois perfiles que estáis y estaréis muy demandados, eso quiere decir que vais a recibir muchísimos contactos vía LinkedIn, de muchísimas empresas que quieran contactar con vosotros. Yo he visto, intentando contactar gente de perfiles muy específicos, que lo tienen bloqueado a los recruiter, par que no podamos contactarles. Eso cada y uno lo puede decidir, si quiero o no que me contacten. Y que, además, puedan escribirme otros miembros o solo puedan escribirme mis contactos. Lo tenéis que decidir vosotros. LinkedIn os da esa opción, importante para vuestra privacidad. Yo siempre esto, que me contacten, lo tengo 100% abierto. Por último, para repasar un poco antes de la dinámica de conocer vuestros LinkedIn y revisar el que quiera su LinkedIn, vamos a ver qué más puedo hacer con LinkedIn. Os recomendamos que os unáis a los grupos que puedan ser de vuestro interés. LinkedIn no es solo una herramienta para que me busque el recruiter, sino que es una herramienta para que yo pueda encontrar afinidad dentro de mi campo laboral. Me puedo unir a grupos de interés de lo que sea. Los buscáis en LinkedIn y os van a aparecer. Seguid a las empresas que os interesan, cuanto más visuales seáis mejor para estas compañías, y cuanto más actividad, en general, llevéis a cabo en LinkedIn, más visuales seréis también para la gente, para los que puedan buscar un perfil como el vuestro. Esto LinkedIn tiene una forma de trabajar por logaritmos y estas cosas que la gente de



tecnología entendéis más que yo, que cuanto más trabajo le dais, mejor os posiciona, esa parte interna de SEO. Yo desde LinkedIn, puedo extraer muchísimas tablas y análisis de cómo se va movimiento el mercado o una posición. LinkedIn es una herramienta super potente para cualquier persona que tiene una vida laboral activa y quiere seguir manteniéndola. Si queréis que os encuentren, tenéis que generar actividad.

Haced publicaciones que sean interesantes. Dentro de lo que es vuestra carrera, siendo estudiantes, si hay un tema que os encanta, haced una publicación. Es bastante interesante que puedan ver que publicáis cosas relacionadas con lo que sea. Publicadlo. Aunque aún no estéis en el mundo laboral, es enriquecedor y vais a aprender a trabajar con todo esto de la red. Vais a ver que hay gente que os pregunta. Y cada vez iréis siendo más visibles. Consultad ofertas de empleo. Muchos de vosotros habréis utilizado la herramienta para buscar empleo. Yo me mantengo abierta. Luego tenéis mi contacto si tenéis alguna duda, me podéis contactar. Esto es un resumen, pero LinkedIn tiene muchos trucos. Si queréis algo, me podéis escribir, o a Carmen Marín y os explicamos cómo resolverlo. Pedid recomendaciones. Esto no lo hemos visto en el perfil de Domingo Mirón, pero si conocéis a jefes, profesores, que creéis que pueden dar una buena opinión de vosotros, compañeros, lo que sea, pedídsela. Que os comenten en LinkedIn. Es interesante tenerlo, porque es sobre todo cuando hablamos de jefes o responsables es todo lo bueno que otra empresa puede ver como referencias. Esas referencias que pedimos telefónicas, si ya las tenemos en el LinkedIn, también es una ayuda. Pedídlas, la gente las suele pedir. Hay un mercado negro de recomendaciones, pero la gente suele pedir las y que nos de miedo. Si consideráis que una persona se merece una recomendación también podéis dársela por LinkedIn. Supongo que algunos ya tendréis recomendaciones. ¿Alguna duda sobre las recomendaciones?

Óscar: Perdona Alba soy Óscar ¿qué hacemos con las recomendaciones si la recomendación es positiva pero no nos gusta nosotros tenemos un control sobre ellas?

AM: En el momento en el que alguien hace una recomendación sobre ti te va a llegar un mensaje de LinkedIn para que des el ok a que esta recomendación sea pública. Imagínate que

ONG que trabajaba. Esto es en EEUU, pero en España, también pasan cosas similares. Por ejemplo, una persona que para gastarle una broma a su jefe, le suplantó la identidad en Facebook y empezó a mandar mensajes con Facebook. Le pareció gracioso, pero más gracioso le pareció a su responsable, que le dijo que hasta luego.

alguien echa pestes sobre ti, entonces LinkedIn te da la opción de dar permiso y consentimiento o no, incluso una vez publicadas y pasa el tiempo, si no la quieres tener más, la puedes eliminar. Te da todas esas herramientas para las recomendaciones. Entérate de todas las actividades alumni que da tu Universidad. Las universidades, las empresas, todos publicamos lo que hacemos. Sabemos que todos utilizamos las redes sociales y si queréis estar al día es lo mejor. Podéis enteraros de todo lo que se hace en la Universidad. Si esto lo hubiésemos hecho presencialmente, nosotros también lo hubiésemos publicado para que vosotros pudieseis apuntaros por LinkedIn. Empezad ya a trabajar con vuestra red de contactos de networking. En LinkedIn vosotros vais formando una red de contactos que puedan ser interesantes para vosotros. Id buscando y viendo. Al CEO de una empresa le podéis seguir y quizás un día os animéis y le digáis que le admiráis, "me parece que hace un trabajo súper importante". A lo mejor, os da una respuesta y os dice que le enviéis el currículum que os va a recomendar. No os rindáis nunca, a mí muchas veces me escribe gente interesada por un puesto de trabajo que no se ha apuntado a la oferta, pero resulta que es el perfil que llevo tiempo buscand. Entonces animaos a escribir a recruiters, a managers, área este departamento... así funciona también mucho LinkedIn. No quiere decir que les avasalléis a mensajes, pero si puntualmente, en algún momento, queréis tener ese contacto y queréis decírselo, podéis escribirle. Para eso LinkedIn hace que vosotros enviéis una solicitud hasta que la otra persona os acepta, podéis escribirle entonces, ya está dando la otra persona el consentimiento para que le escribáis. Sólo os animo a eso. ¿Alguna pregunta hasta aquí sobre LinkedIn? ¿Alguien: yo tengo una duda sobre lo que explicaste al principio. ¿Tú por ejemplo cómo hiciste para que no se viese tu Facebook al hacer una búsqueda en Google? ¿Lo tienes que gestionar dentro de las redes sociales?

AM: eso dentro de las herramientas siempre tienes una opción para poder ocultarnos en los buscadores, o Google directamente os da la posibilidad. Os recomiendo que miréis en todas las redes sociales que tenéis vuestra privacidad, porque muchas veces la red social da por hecho una privacidad básica, pero luego tiene muchas estrellitas. Entonces mirad porque a cada uno nos conviene una cosa. A mí como recruiter me conviene un LinkedIn 100 por 100 abierto y a un Java con 1000 años de experiencia le conviene tener un LinkedIn cerrado porque sólo para hablar con compañeros profesionales. Entonces cada uno se pone la privacidad como quiere.

Alguien: tengo otra pregunta. ¿En qué consiste la herramienta de buffer qué comentaste anteriormente? AM: yo no las trabajo porque no soy ingeniero, entonces no sé cómo funciona, pero os preparo un mensaje para que lo investiguéis vosotros, porque son herramientas muy concretas de ingeniería. A lo mejor una os viene bien a unos ingenieros y otras a otros. Yo no conozco el potencial al 100 por 100 de cada una, pero os paso este listado para que podáis vosotros mismos mirar y ver si os interesa sí no. porque la verdad no tengo el control de cada una de ellas.

Alguien: vale, gracias.

AM: perfecto, ¿alguna cosita más?

Alguien: yo tengo una pregunta. Habías comentado que se puede hacer el perfil de LinkedIn más pequeño, pero no sé cómo hacerlo exactamente. No sé si hay alguna manera de hacerlo.

AM: aquí, editar url. Aquí te tiene quedar la opción y tú aquí mismo le puedes poner lo que quieras. Yo lo puse así y esta es la que yo pongo en mi curriculum y en mi sitio web.

Alguien: vale, muchísimas gracias, perfecto,

AM: además LinkedIn te da una opción para poder verlo. Te da una opción para poder ver tu perfil desde fuera como si lo hiciese otra persona para ver cómo lo tienes. Y no sé dónde está quizás aquí abajo.

CM: creo que es ahí debajo de tu foto. AM: no, aquí es para editar mi foto.

CM: en añadir en más

AM: no, esto es para guardarlo como PDF, para compartir mi perfil. No sé dónde exactamente.

Alguien: bueno, lo busco no pasa nada.

AM: y esto que comentábamos antes de poder verlo en inglés lo tenéis que editar vosotros, lo tenéis que poner vosotros.

Alguien: perdona, arriba donde dice yo creo que es donde se puede ver.

AM: a ver aquí, me tiene que dejar

Alguien: si no, de todas formas, arriba aparece editar url.

AM: sí, aquí es donde hemos visto antes para editar la url. Pones lo que quieras, a lo mejor quieres poner aquí un nickname. Yo esto no lo recomiendo, pero cada uno que haga lo que quiera. Lo puedes poner más corto o como tú te llames, porque yo a lo mejor me llamo Alba Carolina y a mí todo el mundo me conoce por Alba, así que aquí no pongo a Carolina. A lo mejor me conviene más poner solo mi primer nombre. Visibilidad que sirve para todo el mundo, número de contactos. Lo podéis editar vosotros como queráis.

Alguien: gracias.

AM: ¿alguien más quería preguntar algo?

Alguien: yo tenía una duda respecto a Google.

¿Qué pasa si las entradas tú no tienes control sobre ellas como las redes sociales o algo externó cómo puedo hacer algo de prensa?

¿hay alguna manera de eliminar la etiqueta que te vincula?

AM: esto es lo que comentábamos antes. Te puede pasar como a mi compañero Diego, que le hicieron una entrevista para un periódico y el periódico lo publicó en su página y le sale lo 1º. Si tú diste tu consentimiento para esa compañía para poder compartir esa entrevista en sus redes, tendrías que volver a contactar con ellos y decirles que ya no te interesa. Si no tendrás que trabajar tú con tu posicionamiento seo para que vaya bajando en el número de pestañitas de búsqueda de Google.

Alguien: entonces, ¿lo único que se puede hacer es como desfasar las para que se vaya hasta abajo?

AM: sí, o hablar con la compañía a la que le diste el permiso

Alguien: Yo soy chef ¿y si alguna persona o revista me hace un comentario que no me gusta no quiero que aparezca?

AM: Si consideras que es algo que atenta contra tu imagen personal, y que legalmente puedes hacer que lo quiten, tienes que hacerlo por la manera legal. Sí es algo que va contra tu imagen y no diste tu consentimiento Atenta contra tu imagen personal

Alguien: vale, gracias

AM: un poco por ir terminando ya del todo, que no me acordaba de esta diapositiva. Perfil público en español o en inglés, esto ya lo hemos visto. Cada uno sus intereses, sí yo no quiero moverme de España o de Latinoamérica, lo publico en español, pero si quiero tener una idea

más grande y encima que la gente sepa que controlo inglés, recomiendo que se publique en inglés. Y en inglés y en español lo recomiendo aún más. No tengo un título de inglés, pero lo hablo bien ¿qué pongo en mi curriculum? Pues ponerlo. Aunque no tengamos título. En mi experiencia, pocas personas o empresas nos van a pedir el título. Si a ellos les interesa que hable inglés, nos van a hacer una prueba de inglés a nivel oral. Me he inscrito a una oferta de LinkedIn, ¿le envió el currículum a la persona que lo publicó o no? Eso lo que os decía, sí crees que encajas en la posición y estáis animados no hay problema. A mí me llegan cada día curriculum de gente que está interesada en mis posiciones. Hay gente que me envía currículums que igual para mi posición no, pero para las de mis compañeros sí, entonces se lo puedo enviar. A veces hay que echarle cara y escribirles a los recruiters, pero cada uno como quiera. Publico mi perfil y ya está...

¿espero a que me contacten? Lo que recomendamos es que seáis activos en LinkedIn, porque cuanto más activo seáis más visibles seréis para aquellos que se están buscando. ¿Puedo solicitar contacto a personas que conozco? No te obsesiones con el número de gente. Lo importante es que creéis un networking que para vosotros sea interesante. A mí como recruiter sí que me interesa tener 1000 gente que maneja JAVA, porque cuantos más tengo más fácil será que me contacte gente Java. Pero en vuestro caso lo que interesa es que hagáis networking, entonces lo que os interese a vosotros, lo que os interese en la web. Cuando llegáis a 500 contactos, ya no os aparecen más. Hasta aquí, no sé si tenéis cualquier duda más.

Alguien: yo tengo una pequeña duda, por ejemplo, para trabajos que han sido de verano de unos pocos meses, cómo se podría poner dentro de LinkedIn para qué... es decir yo tengo una experiencia, pero muy corta, pero ¿cómo se valora?

AM: no se valora mal. Yo lo que digo es que sea interesante y tenga un sentido, yo no metería trabajos que no aportan a lo que estoy buscando. Si yo soy ingeniero de diseño industrial y quiero enfocar mi carrera hacia allí, pues normalmente intento omitir camarera de verano, luego hice de canguro 3 meses y luego tal. Estos los omitiría e iría directamente a las prácticas que hice de ingeniero industrial. Estuve trabajando 3 meses en esta empresa, luego en aquella empresa, pero siempre

vinculándolo a nuestro trabajo. No tiene una repercusión negativa, sobre todo esos que son temporales y hacen que tengamos muchos saltos.

Alguien: yo por ejemplo en 2018 estuve en Londres trabajando en cocina, que no tiene nada que ver con mi sector. También estuve trabajando en Holanda. A mí me interesa un trabajo que sea de movilidad y de viajar, entonces ¿sería positivo que pusiese un trabajo en el extranjero?

AM: puedes ponerlo en el extracto.

Alguien: yo sobre todo porque no quiero que lo tengan en cuenta como algo negativo.

AM: yo te recomiendo que si cuando estuviste en Holanda fuiste camarero y no quieres que ponga aparezca lo de camarero, puedes poner una referencia en el extracto que hable de que trabajaste en el extranjero. Lo que yo digo no pretende ser dogma, aquí cada uno es libre de hacer lo que quiera. yo vincularía mi perfil de LinkedIn hacia mi carrera profesional. Y si tengo experiencia en el extranjero, por ejemplo, eso no lo reflejo en mi currículum, pero en mi trayectoria resumen sí que lo reflejo. Que tengo experiencia viviendo y trabajando en el extranjero dos años, por ejemplo.

Alguien: vale.

AM: ¿Algo más?

Alguien: Hola buenas. Yo quería preguntarte, al hilo de lo que acaban de preguntar de los trabajos cortos, por ejemplo, yo trabajo en una empresa que está relacionada con el sector de la Electricidad, que es lo que estoy estudiando. Lo que pasa es que por x motivos, esta empresa está fuera de España y yo voy a trabajar cuando tengo vacaciones. Llevo ya unos 5 años trabajando allí y el problema es que es solo en verano.

AM: ¿que se va repitiendo quieres decir no? Ya, son ciclos muy cortos. Pero sí es siempre la misma empresa puedes poner el nombre de la compañía y de tal fecha a tal fecha, y luego cuando pongas la explicación, solo en periodos de verano o solo en los meses de verano. Entonces te queda más cortita esa experiencia, porque ha sido la misma compañía no has ido cambiando de compañía. Entonces yo pondría las fechas y pondría en periodo de verano, vacaciones de verano. Lo acortaría de esa manera para que no tengamos 5 folios al final en el currículum y sea más fácil de identificar por el recruiter.

Alguien: vale gracias. Y una pregunta más solo. ¿En LinkedIn es posible hacer esto? Es que lo



estuve intentando y no lo conseguía.

AM: sí se puede hacer de una manera, así como lo tiene Domingo Mirón. Puedes poner en una misma compañía diferentes saltos, entonces te lo va a recoger todo dentro de la misma empresa.

Alguien: vale, es que había leído cómo que automáticamente lo hace si el periodo entre trabajos es de menos de un mes. No sé no sabía si había alguna manera de hacerlo si es de verano a verano.

AM: aquí lo que te dice LinkedIn es que Domingo Mirón, pasó de febrero 2020 a marzo 2020, entonces como es un periodo seguido te lo hace automáticamente, Si no, no te lo hace.

Alguien: sí, eso he visto. Pero a mí no me lo hace y he leído que se podría ser el motivo.

AM: probablemente sí que sea ese. Entonces en este caso puedes hacer algo similar como te he dicho antes. No sé si te deja poner estancias cortas o meses de verano en diferentes años, pero en ese caso en la explicación poner que sólo han sido durante los meses de verano, dentro de la descripción durante los veranos tal tal y tal realizando esto esto y esto. Porque a lo mejor, las funciones son las mismas etc. entonces se puede recoger sobre un mismo proceso. Yo jugaría con las fechas aquí.

Aquí que ponga tantos años, puede ser un punto negativo, porque a lo mejor no juzgamos que de 2007 a la actualidad, pero son unos cuantos años, entonces eso al recruiter le va a salir como que tienes esa experiencia en total.

Puedes poner unos meses o puedes jugar con eso de alguna manera en LinkedIn, porque no te va a dejar ponerlo como tal en tu currículum.

Tienes que jugar con la información.

A ver cómo lo puede solventar en LinkedIn. Sí puedes poner solo verano mejor, pero no te deja mucha alternativa.

Alguien: de acuerdo, gracias.

CM: vale, yo creo que vamos a ir finalizando porque era 1 hora de sesión y se nos ha ido alargando, pero no pasa nada, eso es positivo, porque genera mucho interés, y muchas gracias.

AM: eso es, yo quiero añadir que si alguno de vosotros, como no hemos podido revisar los currículums aquí públicamente, si alguno de vosotros tenía una duda especial sobre su LinkedIn, puede escribirme en LinkedIn a Alba Matallana Pérez, me buscáis y ahí me tenéis, o a Carmen. Cualquier duda, estamos 100 por 100 disponibles para ayudarlos con ello.

Todos: gracias, hasta luego.