

STEFAN GROSS-SELBECK

Consejero delegado de Xing

“El currículum ya no es el primer contacto de empresa y candidato”

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

“Me gustaría añadirte a mi red profesional de contactos”. Seguro que recibe decenas de e-mails al día con esta petición. Imposible huir del *networking*. Para algunos directivos, es la última moda de socialización *online* en la que prefieren no desperdiciar mucho tiempo. Para otros, la forma más efectiva de hacerse notar y escalar peldaños. Stefan Gross-Selbeck, consejero delegado de Xing, la segunda red social profesional en Europa por número de miembros, no duda un instante: “Es un concepto muy poderoso, socializar en Internet satisface una necesidad básica: conocer gente”.

Xing ha crecido de *start-up* alemana a gigante europeo en apenas tres años. Factura más de 35 millones de euros y es rentable, algo de lo que no pueden presumir muchos proyectos *online*. En 2007 desembarcó en España con la compra de las comunidades eConozco y Neurona. Hoy cuenta con 8,2 millones de registros, el 12% en nuestro país, sólo por detrás de LinkedIn, con 11 millones en Europa y 45 millones en el mundo. A pesar de la brecha, Gross-Selbeck, de 42 años, asegura con aplomo germano no estar obsesionado por la competencia. Prefiere reflexionar sobre el futuro de su negocio que, dice, está garantizado: “Las redes profesionales evolucionarán hacia herramientas de productividad, seguirán existiendo en unos años”.

Pregunta. ¿No le parece que hay cierta fatiga en torno al *networking*, que tal vez le estemos dedicando demasiado tiempo?

Respuesta. Creo que no debemos medir el *networking* en función del tiempo que le dedicamos sino del valor que obtenemos. Si se utilizan las redes sociales es porque nos ayudan a mejorar laboralmente. El 60% de los miembros de Xing regresa al menos una vez al mes. Es un número muy alto que indica que aportamos valor. Cuanto más tiempo inviertes, más utilidad obtienes.

P. ¿Cuáles son los trucos para sacarles provecho?

R. Tienes que estar dispuesto a compartir cierta información y decidir si quieres ser pasivo, sólo estar visible, o activo, es decir, comunicarte con otros, gestionar tus clientes... También hay que tener en cuenta el componente *offline*. Es muy difícil construir una relación de confianza sólo a través de Internet. Por eso siempre animamos a la gente a conocerse en persona. Es posible ge-

nerar cierta confianza *online*, pero se debe completar en el mundo real.

P. ¿Cómo han cambiado los procesos de contratación con la aparición de las comunidades profesionales?

mirar también entre los que no necesitan un puesto pero podrían estar interesados en nuevos retos.

P. ¿Se ven como competidores directos de portales de empleo como Monster o Infojobs?

ciones laborales, tanto *online* como *offline*.

P. ¿Cómo está afectando el incremento del paro al uso de las redes sociales?

R. La gente actualiza con más frecuencia su perfil, por si

R. Estamos al comienzo. El objetivo inicial son perfiles cualificados. Pero es cuestión de tiempo. Cualquiera que gestione relaciones personales en su trabajo puede beneficiarse de estos servicios. Por ejemplo, un fontanero podría utilizar estas herramientas para comunicarse con sus clientes.

P. ¿Es aconsejable crear perfiles en varias comunidades o con uno basta?

R. Lo que más interesa a los directivos, y con diferencia, es el *networking* a nivel local, en su ciudad, luego en lo regional y nacional, por ese orden. Es preferible escoger la red que mejor se adapte a estas necesidades.

P. Pero usted también tiene un perfil en LinkedIn, su principal competidor. ¿Por qué?



Stefan Gross-Selbeck es consejero delegado de la segunda red social profesional de Europa, Xing.

R. El proceso de contratación comienza identificando los requerimientos de la posición y elaborando una lista de candidatos. Ahora los requerimientos son cada vez más específicos y las organizaciones necesitan perfiles muy especializados. Es algo en lo que Internet puede ayudar: ahorra tiempo y permite crear listas de candidatos con habilidades concretas.

P. Pero ¿hasta qué punto las redes sociales son efectivas? Contratar talento sigue siendo uno de los principales obstáculos de las compañías.

R. Son muy efectivas. Tenemos 19.000 compañías publicando ofertas y decenas de miles de agencias buscando candidatos. En España hay 4.000 ofertas de empleo activas. Los portales de trabajo existen desde hace años. El problema es que sólo acuden a ellos quienes están buscando trabajo de forma activa. Una compañía debe

Xing ha pasado de 'start-up' a facturar 35 millones de euros en tres años

“Las redes sociales evolucionarán hacia herramientas de productividad”

“En España, tenemos 4.000 ofertas de empleo activas”

R. Vamos más allá. El beneficio directo ante las personas es la búsqueda de empleo. Pero en el fondo somos un servicio más amplio para gestionar las rela-

surgen oportunidades de empleo. En sectores como telecomunicaciones, finanzas o comunicación, los candidatos son especialmente conscientes de la importancia de tener una presencia *online*. Los que están por debajo de los 40 son los más activos.

P. ¿Está sustituyendo el *networking* al currículum tradicional?

R. El currículum ha dejado de ser el primer punto de contacto entre la empresa y el candidato. Las relaciones personales son ahora más importantes que hace cinco años. La desventaja del CV es que son datos sin estructurar, cada uno es distinto, no puedes buscar en ellos fácilmente. Aun así, sigue siendo relevante. Las compañías no suelen contratar a nadie sin mirarse antes su CV.

P. Quienes usan las redes profesionales son en su mayoría ejecutivos. ¿Qué hay del resto?

R. ¿Por qué no? (risas). Me interesa estar en contacto con colegas en Estados Unidos, y LinkedIn es el número uno allí.

P. Se ha especulado mucho en las últimas semanas sobre una posible adquisición de Xing. ¿Podría LinkedIn estar interesado en comprarles?

R. Somos una compañía que está en Bolsa y no puedo hablar de rumores de mercado.

P. ¿Cómo cree que evolucionarán las redes sociales profesionales? ¿Les augura un futuro sólido?

R. Desde luego. Evolucionarán hasta convertirse en herramientas de productividad, de ahorro de tiempo, seguirán existiendo en unos años. Por ejemplo, hemos introducido aplicaciones para compartir un calendario de actividades con tus contactos en todo el mundo. El uso de comunidades profesionales *online* acabará moviéndose a otros departamentos más allá de recursos humanos. ■