

OFERTAS DE EMPLEO

Quien tiene un amigo consigue un trabajo

Los expertos afirman que la clave del desarrollo profesional está en construir una sólida red de contactos personales

BORJA VILASECA

Las relaciones personales se han convertido en una de las herramientas más poderosas para prosperar en cualquier carrera profesional. Ahora mismo se estima que el 80% de los contratos que se firman en España están avalados por algún miembro de la empresa. Pero no se trata de nepotismo. Las propias compañías están empezando a aprovechar la red de contactos de sus trabajadores para generar mayor valor en todos sus procesos, tanto internos como externos. Es la vanguardia del llamado *networking*, que ha encontrado en Internet a su mejor aliado.

A pesar de albergar más de 6.000 millones de personas, la ciencia sociológica ha concluido que el mundo es realmente un pañuelo. Así, en la década de los sesenta, el sociólogo y profesor de Harvard Stanley Milgram llevó a cabo una serie de investigaciones que demostraron que cualquier ser humano se encuentra, como máximo, a seis conocidos de cualquier otro habitante del planeta. Es el llamado teorema de los seis grados de separación, con el que Milgram puso de manifiesto que la gente está de mucho más próxima entre sí de lo que se suele creer.

Extrapolando este teorema a la realidad laboral actual, los expertos afirman que para sacar partido de este potencial valor añadido "es fundamental hacer conscientes nuestras caóticas redes relacionales". En opinión de Carmina Crusafón, directora y profesora de los estudios de comunicación audiovisual de la Universidad Internacional de Cataluña (UIC), "lo importante no es contar con una red enorme, sino de calidad", apunta. "En este sentido", continúa Crusafón, "quien quiera optimizar al máximo su agenda de contactos debe saber identificar, organizar y cuidar a sus conectores, que son aquellas personas que pueden abrirnos las puertas que realmente nos interesan".

Estos conectores "son en su gran mayoría personas que conocemos, pero con las que no tenemos demasiada confianza", añade Fabrizio Ferraro, profesor de dirección general de la escuela de negocios IESE. "Son las llamadas relaciones débiles", es decir, "todos nuestros conocidos", apunta Ferraro. En su opinión, éstos son los únicos que pueden introducirnos en contextos diferentes, "donde pueden aparecer oportunidades de trabajo que hasta enton-

ces no habíamos imaginado". Por eso es tan importante fomentar y cultivar este tipo de relaciones, que en ningún caso "han de basarse en el mero interés profesional", señalan Crusafón y Ferraro.

Y es que el *networking* que funciona es el que se fundamenta en una relación amistosa, en la que las dos partes salen beneficiadas. Si bien es cierto que la actividad humana nunca es del todo neutra, "el *networking* agresivo, que nace de la obsesión por prosperar, está condenado al fracaso", subraya Crusafón.

'Networking' empresarial

La vanguardia del *networking*, por otra parte, ha surgido como consecuencia de un cambio de paradigma iniciado en Estados Unidos. En vez de tratarse desde la óptica individual, "las empresas empiezan a detectar las ventajas competitivas que supone aprovechar la red de contactos de sus trabajadores", explica Francisco Loscos, profesor del departamento de recursos humanos de ESADE y director de Human Capital de la firma Deloitte.



Jóvenes ejecutivos caminan por la calle King en el centro de Saint Helier, capital de la isla de Jersey. J. M. IRUJO

Algunas empresas remunerar con 4.000 euros a empleados que les ponen en contacto con conocidos que finalmente son contratados

Además de invertir en sistemas informáticos que puedan albergar bases de datos gigantes, cuando un empleado se jubila, algunas empresas lo incentivan para que les confíe su red de contactos profesionales. "La filosofía que están tratando de inculcar", añade Loscos, "es que el bien individual no está nunca por encima del bien colectivo". Para ello, continúa, "estas empresas están reformando su cultura, más enfocada a generar confianza y complicidad con sus trabajadores".

Otras compañías incluso remunerar con hasta 4.000 euros a aquellos miembros de su plantilla que hayan facilitado el currículum de algún conocido que finalmente haya superado el proceso de selección con éxito. Este es el caso de Merrill Lynch, una de las mayores empresas de asesoría y gestión financiera, "donde existe una alta rotación y mucha competencia", reconoce Natalia Albert, su directora de recursos humanos en España.

Esta herramienta, que sólo pueden utilizar los mandos intermedios y el grueso de la plantilla, "está dando muy buenos resultados", asegura Albert. En el último año, cuatro empleados han sido remunerados por haber puesto en contacto a un conocido con talento con Merrill Lynch. De esta forma, concluye Albert, "gana el empleado y gana la empresa".

Paralelamente, Internet se ha convertido en la plataforma desde donde están despegando numerosas webs orientadas a fomentar contactos personales. La más conocida es la estadounidense *Myspace.com*, propiedad del magnate de los medios de comunicación Rupert Murdoch, que ya cuenta con 100 millones de usuarios.

Siguiendo los pasos del ex presidente Bill Clinton

Muchos de los profesores universitarios especializados en *networking* suelen recordar el caso del ex presidente norteamericano Bill Clinton como uno de los ejemplos más ilustrativos del valor añadido que supone construir una sólida red de contactos.

Se sabe que en sus tiempos de estudiante universitario "Clinton era conocido como un joven muy social, siempre abierto a conocer a todo tipo

de personas", explica Fabrizio Ferraro, profesor de dirección general de la escuela de negocios IESE. "Por lo visto", continúa, "Clinton destacaba por su transparencia y sinceridad".

Prueba de ello es que cada vez que compartía unas palabras con algún desconocido enseguida anotaba su nombre y sus referencias profesionales en una libreta negra. El interlocutor normalmente le preguntaba qué estaba haciendo y Clinton

siempre respondía lo mismo: "Quiero adentrarme en el mundo de la política para llegar a ser gobernador de Arkansas; por eso tomo nota de todas las personas que voy conociendo".

La conclusión a la que llegan los expertos es que "cuanto más claro se tenga hacia dónde se quiere ir en la vida, más fácil se tendrá para desarrollar una estrategia de *networking* que contribuya a llegar hasta ella".

El 'ángel' que los emprendedores necesitan

Cinco universidades catalanas crean la primera red interuniversitaria de 'Business Angels' en Europa

B. V.

Conseguir financiación para crear una empresa es un obstáculo insalvable para ocho de cada diez emprendedores españoles, según varios estudios universitarios. Hoy por hoy, las firmas de capital riesgo prefieren invertir en compañías ya rodadas que en nuevos proyectos: el año pasado estas iniciativas sólo acapararon el 5% del total de operaciones.

Pero gracias a la aparición de otro tipo de inversores las cosas están cambiando. Esta semana,

por ejemplo, se presentó en Cataluña la Xarxa UniBa, la primera red interuniversitaria de *Business Angels* en Europa. Estos *ángeles* son personas físicas o jurídicas que ponen a disposición de nuevas compañías su experiencia empresarial, sus contactos, así como una buena suma de dinero.

El objetivo de esta red es "promover el concepto *Business Angel* y convertirse en un agente dinamizador de la economía regional", explica Ana Mayor, responsable de proyectos del 22@Barcelona, una de las entida-

des colaboradoras, junto con La Caixa y la Cámara de Comercio, de la capital catalana. Para ello, la red filtrará los proyectos que realmente valgan la pena, minorizando al máximo el riesgo inversor.

Daniel Borrero, gestor de la Xarxa UniBa, sostiene que estos inversores privados están en auge. "Al invertir en este tipo de proyectos", afirma, "diversifican sus activos al tiempo que continúan con su carácter emprendedor". Lo cierto es que esta fórmula está triunfando en Estados Unidos, donde ya hay tres millones de *Bu-*

En Estados Unidos ya hay tres millones de 'Business Angels', que invierten cada año unos 39.000 millones de euros

ness Angels que invierten cada año 50.000 millones de dólares (unos 39.000 millones de euros).

Esta red catalana nace con vocación de expansión y no sólo en el ámbito nacional. "Nuestra intención es mantener contacto con inversores de todo el mundo, sobre todo procedentes de Europa y de Estados Unidos", apunta Mayor. A partir del próximo 15 de noviembre, la Xarxa UniBa organizará el segundo miércoles de cada mes encuentros con inversores, a los que se les presentarán cinco proyectos previamente seleccionados.

La red está formada por la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Barcelona, la Universidad de Girona, la Universidad Politécnica de Cataluña y la Universidad Ramon Llull-Parque de Innovación La Salle.