



La red social especializada en profesionistas para objetivos de negocio, LinkedIn, cuenta con más de 300 millones de usuarios y cada dos segundos registra uno nuevo, de acuerdo con el consultor Jesús Alava Antón.

Esta red, abundó, se ha convertido en un canal de relación para mejorar la reputación de los usuarios; más que un simple currículum plantea una identidad digital profesional.

En un análisis, Alava Antón expone que LinkedIn tiene un peso para ser una herramienta de identidad digital profesional en Internet, por lo que debería interesar no sólo a los responsables de recursos humanos, sino también a los consejeros delegados y directores comerciales de las empresas.

Estimó que LinkedIn es una fuente de conocimiento compartido de alcance global, con más de tres millones de páginas de empresas.

A ello se suma que a partir de este año, los usuarios contarán con el programa Influencers original, el cual consiste en la creación de blogs que hasta 2012 era sólo para personajes influyentes del mundo político, empresarial y educativo.

Este cambio, a decir del experto, servirá para que las compañías identifiquen a expertos de áreas de interés y los usuarios que tengan muchas visitas.

Fuente: yucatan