



UTILIZA LOS **HASHTAGS**

#SocialRecruiting

SÍGUENOS EN @Adecco_prensa

Informe Adecco: Búsqueda de empleo y reputación digital en la era 3.0

España, a la cabeza en la búsqueda de empleo a través de Internet, con un 69% de usuarios

- En el contexto internacional, este uso se sitúa en el 55% de usuarios (14 puntos porcentuales por debajo de nuestro país). Además, el 73% de los reclutadores utiliza las redes sociales para apoyarse en sus labores de selección de personal.
- LinkedIn es la red más utilizada para buscar trabajo. Su empleo está mucho más extendido en nuestro país que en el resto del mundo, ya que aquí posee una tasa de uso del 64,1%, mientras que la media mundial se sitúa en torno al 35,4%.
- Sobre el perfil del demandante online de empleo, cuanto más joven es un candidato, más probable es que utilice las redes sociales para buscar trabajo. De hecho, el 76% de los jóvenes menores de 33 años usa estos instrumentos con el fin de encontrar un empleo.
- Entre las diferentes actividades que los candidatos pueden realizar para buscar empleo en Internet, aquellas más utilizadas incluyen: analizar las páginas de los potenciales responsables de selección (82,3%), buscar ofertas de empleo (82,1%), consultar lo que otros dicen sobre los potenciales empleadores (81,6%) y crear una red de contactos profesionales (77,5%).
- Aquellos que buscan trabajo creen que, entre los diferentes elementos que aparecen en los perfiles de las empresas, el más atractivo es la presencia de ofertas de trabajo (índice de atractivo del 0,70), seguido por la presencia de información general sobre la empresa (0,66) y por el contenido que publica.
- Un 32,6% de los candidatos que envía su CV por redes sociales son llamados por los reclutadores. Según los encuestados hay una mayor proporción de hombres a los que se contacta tras enviar el currículum (35,6% frente al 30,4% de mujeres). Al igual que se llama con mayor asiduidad a las personas mayores de 33 años que a las menores (46,6% frente al 27,5%).

adecco.es

Madrid, 7 de octubre de 2014.- El uso de Internet como herramienta habitual de trabajo es un hecho más que consolidado en los países industrializados desde hace años. La red de redes ha modificado desde los hábitos sociales a los de consumo y, por supuesto, la forma de acceder al mercado laboral también se ha visto inmersa en esta tendencia.

Es por ello que Adecco, líder mundial en la gestión de recursos humanos, ha realizado un completo estudio sobre el uso de las redes sociales en la selección de personal y la búsqueda de empleo, que combina la visión tanto de los reclutadores como la de los demandantes de empleo. Se trata del *Informe Global Adecco 2014: Búsqueda de empleo y reputación digital en la era 3.0*.

Para ello, ha realizado una encuesta internacional en la que **se ha consultado a más de 17.270 candidatos y 1.500 reclutadores de todo el mundo** con el propósito de entender cómo es la búsqueda de empleo a través de las redes sociales, su efectividad real, cuáles son los instrumentos más habituales usados en este proceso y su reputación entre los usuarios.

Adecco

Trabajamos para que otros puedan hacerlo

España, a la cabeza en la búsqueda de empleo en las redes sociales

Los españoles que buscan nuevas oportunidades laborales actualmente lo hacen no sólo en las oficinas de empleo y en los lugares de trabajo de los empleadores potenciales, sino también en Internet en general y en las redes sociales en particular, al menos usan estos últimos canales como una forma de entrar en contacto con quienes ofrecen trabajo. **Incluso cuando la naturaleza de estas redes no es de carácter profesional.**

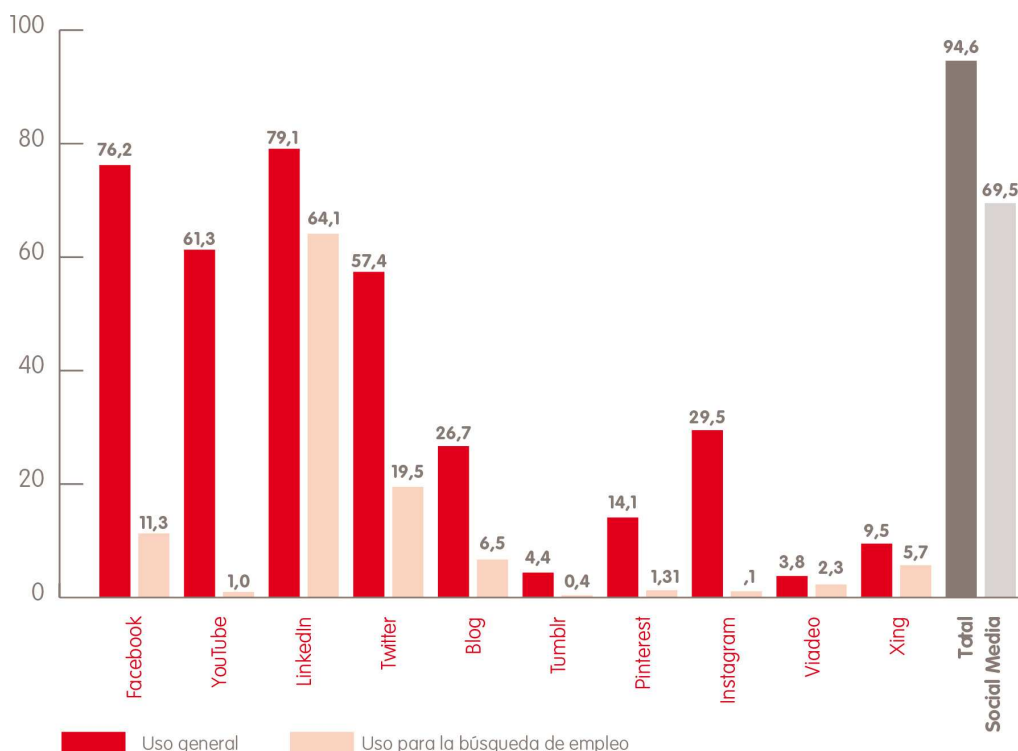
Tanto es así, que **España es uno de los países que están a la cabeza en la búsqueda de empleo a través de la red, con un 69% de usuarios** sobre el total de personas que buscan trabajo activamente (el uso general de las redes sociales se encuentra en el 94,6%). **La media mundial, sin embargo, está situada en el 55% de usuarios, esto es, 14 puntos porcentuales por debajo de la media de nuestro país** (el 85,3% de los encuestados utiliza las redes sociales de forma habitual). Además, el 73% de los reclutadores utilizan las redes sociales para apoyarse en sus labores de selección de personal.

LinkedIn es la red de contactos más utilizada para buscar empleo en España, pues es usada por un **64,1% de los encuestados españoles**, casi el doble que la media mundial, situada en el 35,4%. Además, las personas que hacen uso de esta plataforma lo hacen casi exclusivamente con fines profesionales: sólo un 19% de los españoles utiliza LinkedIn con otros propósitos.

La segunda red social más utilizada por los españoles para buscar empleo es Twitter (19,5%) mientras que a nivel mundial es Facebook (17,1%). Sus papeles se intercambian en este contexto pues en España, la tercera red más empleada en la búsqueda de trabajo es Facebook, con un 11,3% de usuarios, mientras que en el resto del mundo es Twitter (6,2%).

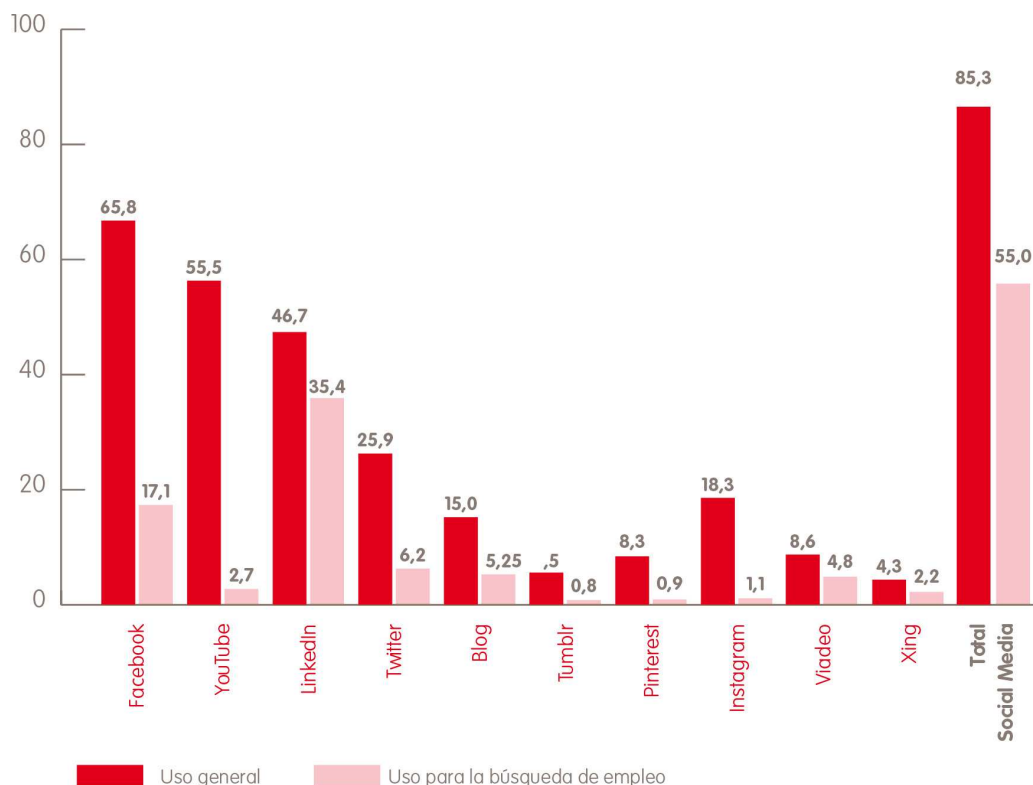
En cuarto lugar, las personas que buscan empleo activamente lo hacen a través de los blogs, con una tasa de uso muy similar en España como en el resto del mundo, siendo ligeramente superior en nuestro país (6,5% frente al 5,2% que es la media mundial).

Uso de las redes sociales en España, 2014





Uso de las redes sociales (contexto internacional), 2014



Nota: El uso general también incluye el uso para buscar empleo. El total de las redes sociales es el porcentaje de los encuestados que utilizan por lo menos una de las redes sociales consideradas.

El perfil del demandante de empleo en redes

En España, hombres y mujeres muestran porcentajes de uso de las redes sociales muy similares. Sin embargo, **las mujeres muestran mayor predisposición para utilizar estas plataformas con el propósito de buscar empleo**. Representan el 78,3% de mujeres frente al 68,6% de hombres que lo hacen.

En cuanto a la edad de los candidatos, el uso de estos instrumentos es inversamente proporcional a la edad del usuario, es decir, cuanto más joven es la persona, más probable es que utilice las redes sociales para buscar empleo. **El 76% de los jóvenes menores de 33 años usa estos instrumentos con el fin de encontrar trabajo, mientras que esta cifra disminuye más de dos puntos porcentuales si hablamos de los mayores de 33 años.**

El nivel educativo del candidato es uno de los factores más influyentes también a la hora de apostar por Internet. **Las personas que no tienen finalizado los estudios básicos las utilizan en el 68,4% de los casos, mientras que aquellos que poseen estudios universitarios y máster o doctorados lo hacen en el 74,5 y 87,1%, respectivamente.** Esto demuestra que cuanto mayor es el nivel educativo de una persona, mayor es el uso que hace de las redes sociales como herramienta para encontrar un empleo.

Uso de las redes sociales en España según el perfil demográfico, 2014

	Uso general	Uso para la búsqueda de empleo
Sexo		
Mujeres	98,4	78,3
Hombres	97,5	68,6
Año de nacimiento		
1965-1980	97,3	74,0
Después de 1981	98,2	76,1
Nivel de educación completado		
Menos de escuela secundaria	100,0	68,4
Escuela secundaria	95,0	55,0
Universidad	97,6	74,6
Máster o doctorado	100,0	87,1
Total	94,6	69,5

El porcentaje de uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo es **significativamente superior entre aquellos candidatos que buscan su primer empleo (85,7%) y que actualmente se hallan desempleados y buscando empleo (76,2%)**. El uso de las redes sociales es algo menos frecuente entre aquellos candidatos que se hallan empleados actualmente pero buscan mejorar su situación laboral (70,5%).

Cuando analizamos el perfil del demandante de empleo online a nivel mundial, nos encontramos con datos que se alejan considerablemente de los de nuestro país. Así pues, **la media global indica una menor diferencia en el uso de las redes sociales para buscar trabajo entre los hombres (59,4%) y las mujeres (62%), la cual no alcanza siquiera los tres puntos porcentuales, mientras que en España casi supera los diez**, como se vio anteriormente.

Tampoco se observa una diferencia tan pronunciada entre el uso de estas plataformas según la edad del candidato, tal y como ocurre en España. En el caso de la media mundial, este desequilibrio supone menos de medio punto porcentual (60,2% para los mayores de 33 años, 60,6% para los menores de 33). En España, en cambio, ya hemos visto que alcanza los dos puntos porcentuales de diferencia.

En cuanto al perfil formativo de los candidatos, de nuevo, las diferencias se reducen. Mientras que en España rondan los 20 puntos de diferencia en el uso de redes para encontrar empleo entre los que no tienen estudios secundarios y los que poseen un máster o postgrado, la media mundial sólo refleja un desfase de 5 puntos (58% en el primer caso, 63,2% entre los que tienen estudios superiores).

La situación laboral internacional refleja también una tendencia menor en la actividad en redes sociales en el caso de aquellas personas que buscan su primer empleo (74%), seguidas de las desempleadas (63,6%) y, por último, los que ya tienen un empleo y aspiran a cambiar de trabajo (60,9%).

Tipos de actividad en redes sociales para emplearse

En nuestro país, entre las diferentes actividades que los candidatos pueden realizar para buscar empleo en Internet, aquellas más utilizadas incluyen: **analizar las páginas de los potenciales responsables de selección (82,3%), buscar ofertas de empleo (82,1%), consultar lo que otros dicen sobre los potenciales empleadores (81,6%), crear una red de contactos profesionales (77,5%), distribuir el CV a través de la candidatura espontánea (71,1%), presentar solicitudes para puestos de trabajo publicados en la red (64,2%) y cuidar su marca personal (47,4%).**

Teniendo en cuenta los hábitos de otros países, se pone de manifiesto que **en España está más generalizado el uso de las redes sociales e Internet como complemento a la búsqueda de empleo tradicional**, pues las actividades antes mencionadas son llevadas a cabo, según la media mundial, de forma menos pronunciada que en nuestro país, siendo superados únicamente por el porcentaje de personas que tratan de cuidar su marca personal en la red (49,4% mundial frente al 47,4% de España).

El uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo también está relacionado con el nivel de *habilidades tecnológicas* que tenga la persona en cuestión. A la hora de valorar sus habilidades (medidas del -1 al 1), **los españoles encuestados parecen considerarse más hábiles en su capacidad para conectar con otros (0,55) y para buscar y encontrar información interesante de terceros (0,50)**, pero le dan una importancia algo inferior a su efectividad en el uso de estas plataformas (0,42), su capacidad para publicar contenidos que puedan resultar interesantes a terceros y su capacidad de comunicación (0,37 cada una de ellas). En último lugar, sitúan su habilidad de impactar positivamente en la vida de otras personas a través de las redes sociales (0,2).

Índice de habilidades en redes sociales en España, 2014

Posición	Cuestión sobre habilidades en las redes sociales	Índice
1º	Puedo usar las redes sociales como un medio efectivo para conectar con otras personas	0,55
2º	Puedo encontrar información importante e interesante leyendo el contenido de otros en las redes sociales	0,50
3º	Puedo resultar muy efectivo usando las redes sociales	0,42
4º	Puedo ofrecer información importante e interesante a otras personas publicando en las redes sociales	0,37
5º	Puedo comunicarme de forma muy efectiva mediante las redes sociales	0,37
6º	Puedo tener un impacto positivo sobre las vidas de otras personas a través de las redes sociales	0,20

Nota: Valor del índice entre -1 (muy inseguro) y 1 (muy seguro), valor 0 para posición neutral.

La efectividad de las redes sociales

En España, el 71,1% de las personas que busca empleo utilizan las redes sociales para distribuir su CV en Internet, mientras que la media mundial se sitúa en torno al 49%. Sin embargo, no todas las personas que se postulan para un puesto de trabajo o entregan su CV son respondidas por los reclutadores. Este hecho sólo ocurre, en el caso español, en el 32,6% de los casos. Esta cifra, si miramos al resto del mundo, es bastante elevada, ya que fuera de nuestras fronteras, del 49% de personas que mueven su CV en las redes sociales, sólo un 29% son llamadas por un reclutador.



Según los encuestados **hay una mayor proporción de hombres a los que se contacta tras enviar el currículum (35,6% frente al 30,4% de mujeres)**. Al igual que se llama con mayor asiduidad a las personas mayores de 33 años que a las menores (46,6% frente al 27,5%). En cuanto al nivel de estudios de los candidatos, **es más probable que se contacte con aquellos que tienen estudios superiores como un título universitario (33,1%) o un máster o doctorado (38,6%)** antes que con los que tienen menos formación. Sin embargo, los reclutadores son más proclives a contactar con las personas sin la enseñanza obligatoria que aquellas que únicamente poseen ese título (31,6% frente al 20%). En cuanto a la situación laboral, también influye en los reclutadores, pues sólo llaman a un 26,5% de las personas desempleadas que han enviado su CV, frente al 44,3% de las que ya tienen trabajo.

Pasos realizados para conseguir trabajo según las características sociodemográficas en España

	Distribución de CV	Contactado por el responsable de selección
Sexo		
Mujer	71,6	30,4
Hombre	71,2	35,6
Año de nacimiento		
1965-1980	75,3	46,6
Después de 1981	70,5	27,5
Nivel de educación completado		
Menos de escuela secundaria	57,9	31,6
Escuela Secundaria	52,5	20,0
Universidad	73,8	33,1
Máster o doctorado	81,4	38,6
Situación laboral principal		
Empleado	71,6	44,3
Desempleado y buscando empleo	71,8	26,5
Total	71,1	32,6

Nota: El análisis de las personas que buscan empleo nacidas antes de 1964 se ha omitido debido al tamaño limitado de la muestra.

En el contexto internacional se obtienen conclusiones muy parecidas. Sigue predominando el perfil masculino como el más contactado por los reclutadores (32,2% frente al 26,3% de mujeres respondidas). De igual modo el perfil que más respuesta recibe es el de los que tiene formación superior (54,1%) frente a quienes no han completado sus estudios (19%). Los expertos en recursos humanos también son más propensos a contactar con aquellos que ya tienen un trabajo (38,2%), por encima de los desempleados (22,2%) y, ocurre de forma similar con la edad, suelen ser más veces llamados aquéllos que superan los 33 años de edad (59,7%) que los más jóvenes (27,7%).

Aquellos españoles que buscan trabajo creen que, entre los diferentes elementos que aparecen en los perfiles de las empresas, **el más atractivo es la presencia de ofertas de trabajo (índice de atractivo del 0,70), seguido por la presencia de información general sobre la empresa (0,66) y por el contenido que ésta publica (noticias, vídeos, etc.) (0,55) así como la interacción de la organización con los usuarios (0,52 puntos).**



UTILIZA LOS **HASHTAGS**

#SocialRecruiting

SÍGUENOS EN @Adecco_prensa

Entre los aspectos que **menos interesan a los candidatos** se encuentran el **número de seguidores que la empresa tiene en la red (0,22)**, las **fotos que comparte (0,28)** y la **popularidad de la empresa (número de “me gusta”, comentarios...) con 0,33 puntos**. Los comentarios publicados por otros usuarios (0,42) y las recomendaciones de familiares o conocidos (0,46) quedan en un punto intermedio de importancia.

Índice de atractivo de la página corporativa en redes sociales. España, 2014

Posición	Elementos del perfil de la empresa en las redes sociales	Índice
1º	Ofertas de trabajo (y posibilidad de buscar ofertas)	0,70
2º	Información general sobre la empresa (p. ej. acerca de, contacto...)	0,66
3º	Contenido publicado por la empresa	0,55
4º	Interacción de la empresa con los usuarios	0,52
5º	Recomendación de la empresa por parte de familiares o contactos	0,46
6º	Comentarios publicados por otros usuarios	0,42
7º	Popularidad de la empresa (Me gusta, comentarios...)	0,33
8º	Fotos	0,28
9º	Número de seguidores (p. ej. fans, miembros del grupo...)	0,22

Nota: Valor del índice entre -1 (muy inseguro) y 1 (muy seguro), valor 0 para posición neutral.

En el contexto internacional, todas estas variables están valoradas en igual orden de importancia **pero con menor índice de atractivo**:

Índice de atractivo de la página corporativa en redes sociales (contexto internacional), 2014

Posición	Elementos del perfil de la empresa en las redes sociales	Índice
1º	Ofertas de empleo (y posibilidad de buscar ofertas)	0.50
2º	Información general de la empresa (p.ej. acerca de, contacto...)	0.41
3º	Contenido publicado por la empresa	0.32
4º	Interacción de la empresa con los usuarios	0.24
5º	Recomendación de la empresa por familiares o contactos	0.22
6º	Comentarios publicados por otros usuarios	0.21
7º	Popularidad de la empresa (me gusta, reseñas...)	0.17
8º	Fotos	0.15
9º	Numero de seguidores (p.ej. fans, miembros del grupo...)	0.06

Nota: Valor del índice entre -1 (muy inseguro) y 1 (muy seguro), valor 0 para posición neutral.

Adecco

Trabajamos para que otros puedan hacerlo



UTILIZA LOS **HASHTAGS**

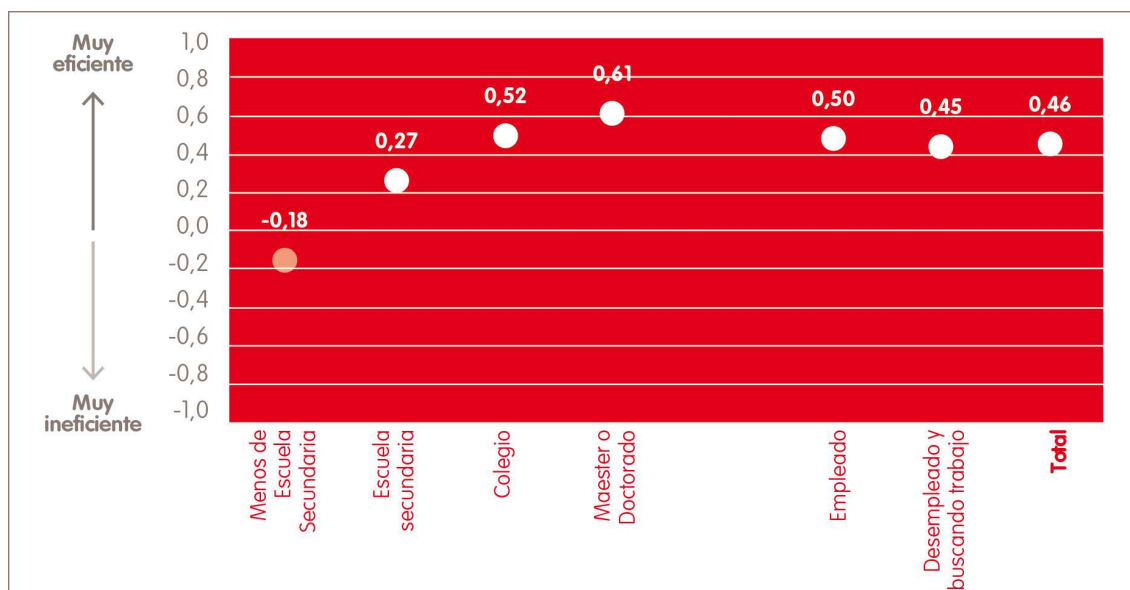
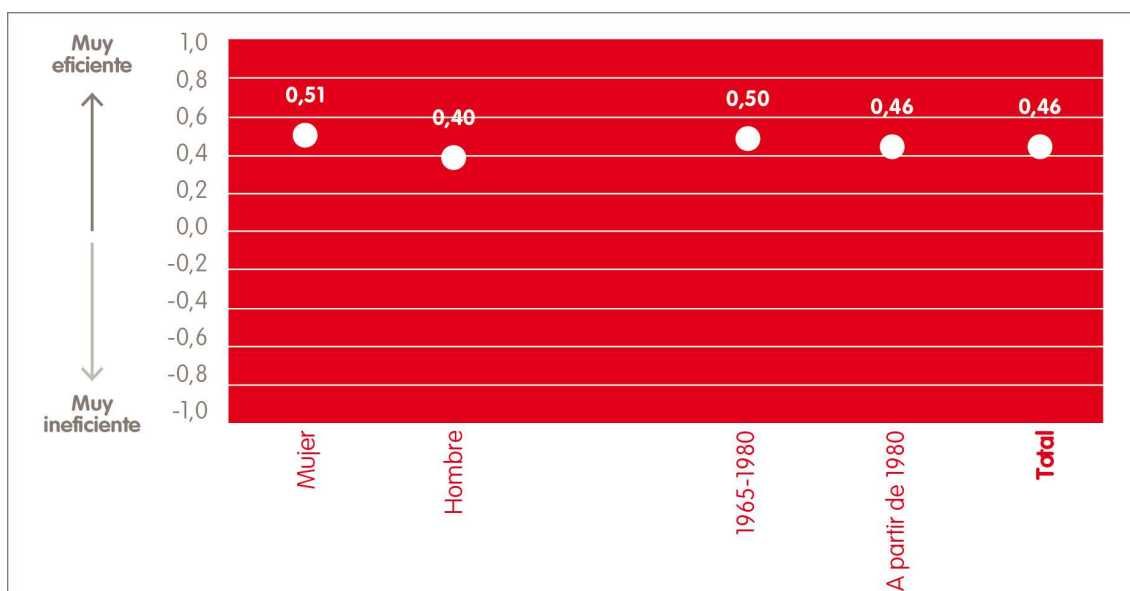
#SocialRecruiting

SÍGUENOS EN @Adecco_prensa

En cuanto a la eficacia de las redes sociales en sí mismas, **la única que es considerada como una buena herramienta para buscar empleo es LinkedIn**, con una valoración de 0,46 puntos en una escala de -1 (ineficacia máxima) y 1 (eficacia máxima). El resto de redes sociales son calificadas de ineficaces para la gran mayoría de los usuarios cuando de buscar trabajo se trata. Dato que no parece sorprender, pues LinkedIn es la única red social que se define a sí misma como una red profesional.

Cuando se analiza en mayor profundidad la valoración que los usuarios dan a esta red profesional, vemos que está un poco mejor considerada por las mujeres (0,51 vs 0,40) y por los candidatos menores de 33 años (0,50 vs 0,46). También se valora mejor entre los postgraduados (máximo nivel formativo) que entre los que no han acabado la educación secundaria (-0,18 vs 0,61) y entre los empleados que buscan mejorar su situación laboral (0,50) frente a los desempleados (0,45).

Índice de la eficacia de LinkedIn según perfiles demográficos. España, 2014



Reputación online y su impacto en la búsqueda de empleo

Los elementos que aparecen con mayor frecuencia en los perfiles web de los candidatos en España son la experiencia profesional (0,43), la personalidad que emerge en el perfil (0,32) y la información personal tal como el estado civil, el lugar de residencia, etc. (0,31), mientras que el número de contactos, las referencias y comentarios publicados por otros cuentan con una presencia significativamente menor, pues ninguno de ellos alcanza una puntuación de 0,2. También resulta interesante el hecho de que los premios y distinciones profesionales, a los que los responsables de selección dan una gran importancia, a menudo son descartados por los candidatos como información relevante para incluir en sus perfiles y apenas aparecen en sus perfiles online.

Índice de aparición de la información relacionada con la carrera profesional en redes sociales: España 2014

Posición	Elementos del perfil en las redes sociales	Índice
1º	Experiencia profesional	0,43
2º	La personalidad que emerge en el perfil	0,32
3º	Información personal (p. ej. estado civil, sexo...)	0,31
4º	Número de contactos	0,19
5º	Fotos	0,17
6º	Contenido publicado	0,16
7º	Referencias y comentarios publicados por otros	0,06
8º	Aficiones e intereses personales	0,06
9º	Premios y distinciones profesionales	0,00

En cuanto a los elementos que pueden afectar negativamente a la reputación de un candidato, se puede observar que **todos ellos tienen un índice relativamente bajo de aparición (muy por debajo de 0)**. Concretamente, los usuarios parecen **evitar la publicación de selfies informales, como pueden ser los realizados en traje de baño (calificado con un -0,42), o los controvertidos, como aquellos que incluyen el consumo de alcohol, por ejemplo, (-0,58)**. Tampoco son muy dados a la publicación de comentarios sobre temas controvertidos, como pueden ser las drogas ilegales (-0,80), ni los relacionados con la participación en actividades que infrinjan las normas de la universidad o el trabajo (-0,84).

Posición	Elementos del perfil de la red social	Índice
1º (Muy presente)	"Selfie" informal o foto etiquetada (p.ej. en traje de baño)	-0,42
2º	"Selfie" controvertida/foto etiquetada (p.ej. consumiendo alcohol)	-0,58
3º	Comentarios sobre temas controvertidos (p.ej. drogas ilegales)	-0,80
4º (Poco presente)	Comentarios sobre la participación en actividades que infrinjan las normas de la universidad o el lugar de trabajo	-0,84

Nota: Valor del índice entre -1 (muy inseguro) y 1 (muy seguro), valor 0 para posición neutral.

Las redes de contactos profesionales online y offline

Varias investigaciones demuestran que el canal más eficaz para la conciliación de la oferta y la demanda es el “boca a boca”. Por lo tanto, es importante estudiar no sólo la configuración de las redes de contactos personales de los candidatos, sino también el papel desempeñado por las redes sociales para fomentar o diversificar estas relaciones y facilitar el acceso a nueva información.

Los candidatos cuentan con redes de contactos formadas por una combinación de relaciones fuera de Internet (offline) y en Internet (online). Lo habitual es que los candidatos dispongan de redes de contactos similares en ambos espacios. Esto es, que si una persona tiene una red profesional amplia en Internet, lo más común es que su red de contactos fuera de ella siga siendo amplia. Según los encuestados, esta máxima únicamente no se cumple en el 29% de los casos, cuando la red online es más amplia que la offline (19%), y viceversa (10%).

Fuerza de las redes en Internet y fuera de Internet del candidato. España, 2014

		Red fuera de internet			
		Pobre	Media	Rica	Total
Red en internet	Pobre	19,5	1,7	1,0	22,2
	Media	10,6	31,1	7,3	49,0
	Rica	3,3	5,6	19,9	28,8
	Total	33,4	38,4	28,1	100,0

Nota: la red se calcula atribuyendo el peso ISEI (International Classification for Professional Prestige) a cada figura profesional tenida en cuenta por un candidato y dividiendo la distribución de las redes en las categorías pobre, media y rica utilizando esta división para cada encuestado a nivel internacional.

El uso de las redes sociales para propósitos de búsqueda de empleo es menos común entre aquéllos con una red de contactos pobre (tanto online como offline), y se incrementa a medida que se enriquece la red. **Los candidatos con las redes más ricas generalmente utilizan más a menudo las redes sociales para todas las actividades relacionadas con la búsqueda de empleo, los responsables de selección los contactan con más frecuencia y es más probable que reciban una oferta.** Esto muestra que aquellos que integran y hacen uso de las redes tanto fuera de Internet como en Internet y cuentan con redes más ricas, acostumbran a ser más efectivos en la búsqueda de empleo. Por tanto, tener una red de contactos rica parece tener consecuencias directas en la efectividad de la búsqueda de empleo, pues incrementa las posibilidades de ser contactado por un responsable de selección y de ser elegido para el puesto de trabajo.

Información relacionada:

[Informe Global Adecco 2014. España: Búsqueda de empleo y reputación digital en la era 3.0.](#)

[Informe Global Adecco 2014 – Búsqueda de empleo y reputación en la era 3.0](#)

adecco.es



UTILIZA LOS **HASHTAGS**

#SocialRecruiting

SÍGUENOS EN @Adecco_prensa 

Sobre Adecco

Adecco es la consultora líder en el sector de los Recursos Humanos en España con una facturación de 662 millones de euros en 2013. Llevamos 33 años en el mercado laboral español realizando una labor social diaria que nos ha situado como uno de los 10 mayores empleadores en nuestro país y somos la 6ª mejor empresa para trabajar en España y la primera en el sector de los RRHH, según Great Place to Work.

Nuestras cifras hablan por nosotros: en el último año hemos realizado más de 342.000 contratos (6% interanual más). Hemos proporcionado su primer empleo a más de 35.000 jóvenes y hemos ofrecido una nueva oportunidad laboral a 11.500 mayores de 45 años. Desde que comenzó nuestra labor hemos realizado en España casi 10 millones de contratos. Hemos ayudado a 27.700 mujeres víctimas de la violencia de género a encontrar trabajo. Integramos a más de 13.000 personas con discapacidad en el mercado laboral. Invertimos más de 7 millones de euros en la formación de trabajadores y, pese a la crisis, el 20% de nuestros empleados consigue un contrato indefinido en las empresas cliente. Todo ello gracias a una red de más de 300 delegaciones en nuestro país y a nuestros 1.500 empleados directos. Para más información visita nuestra página web www.adecco.es

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Luis Perdiguero /Patricia Herencias/Annaïs Paradela

Dpto. de Comunicación Adecco

Tlf: 91 432 56 30

luis.perdiguero@adecco.com

patricia.herencias@adecco.com

anaïs.paradela@adecco.com

Miriam Sarralde/Lorena Molinero/Ana Morell

Trescom Comunicación

Tlf: 91 411 58 68

miriam.sarralde@trescom.es

lorena.molinero@trescom.es

ana.morell@trescom.es



Trabajamos para que otros puedan hacerlo