



#SocialRecruiting

A GLOBAL STUDY

Búsqueda de empleo
y reputación digital
en la era 3

REPORT 2014

España

El uso de las redes sociales en la adecuación entre oferta y demanda en el mercado laboral.

La perspectiva de las personas que buscan empleo en España.

Seleccionar personal se está volviendo cada vez más social y Adecco desea saber cómo funciona. Una encuesta realizada a nivel internacional entre el 18 de marzo y el 2 de junio de 2014 en la que participaron más de 17.272 candidatos y 1.502 gestores de recursos humanos recogió 499 respuestas por parte de personas que buscan empleo españolas (297 respuestas completas y 202 respuestas parciales¹), con el propósito de entender cómo buscan empleos a través de las redes sociales, qué instrumentos usan y cómo se presentan en internet.

La muestra presenta a una mayoría de mujeres (61%), nacidas después de 1981 (72%) y con un título (69%). Aquellos que se hallan empleados actualmente (29%) se encuentran en su mayoría en puestos directivos (42% altos directivos).

Este informe se divide en cuatro áreas: el uso de las redes sociales para propósitos de búsqueda de empleo, la efectividad de las redes sociales a la hora de adecuar oferta y demanda, la reputación en la web y su impacto en la búsqueda de trabajo y el capital social de los candidatos individuales. Resulta interesante analizar estos datos, fijándose en los resultados de los responsables de selección de los países del sur de la UE, para entender cómo exploran la Web 2.0 cuando buscan a un candidato. El informe concluye con un apéndice estadístico que ofrece más detalles sobre las respuestas proporcionadas por los participantes.

¹ Los valores totales que aparecen en las tablas y figuras también incluyen las respuestas parciales, que no proporcionan información relativa a sus perfiles sociodemográficos. Por tanto, podrían presentar un valor que no cuadre con el perfil sociodemográfico.

1 El uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo

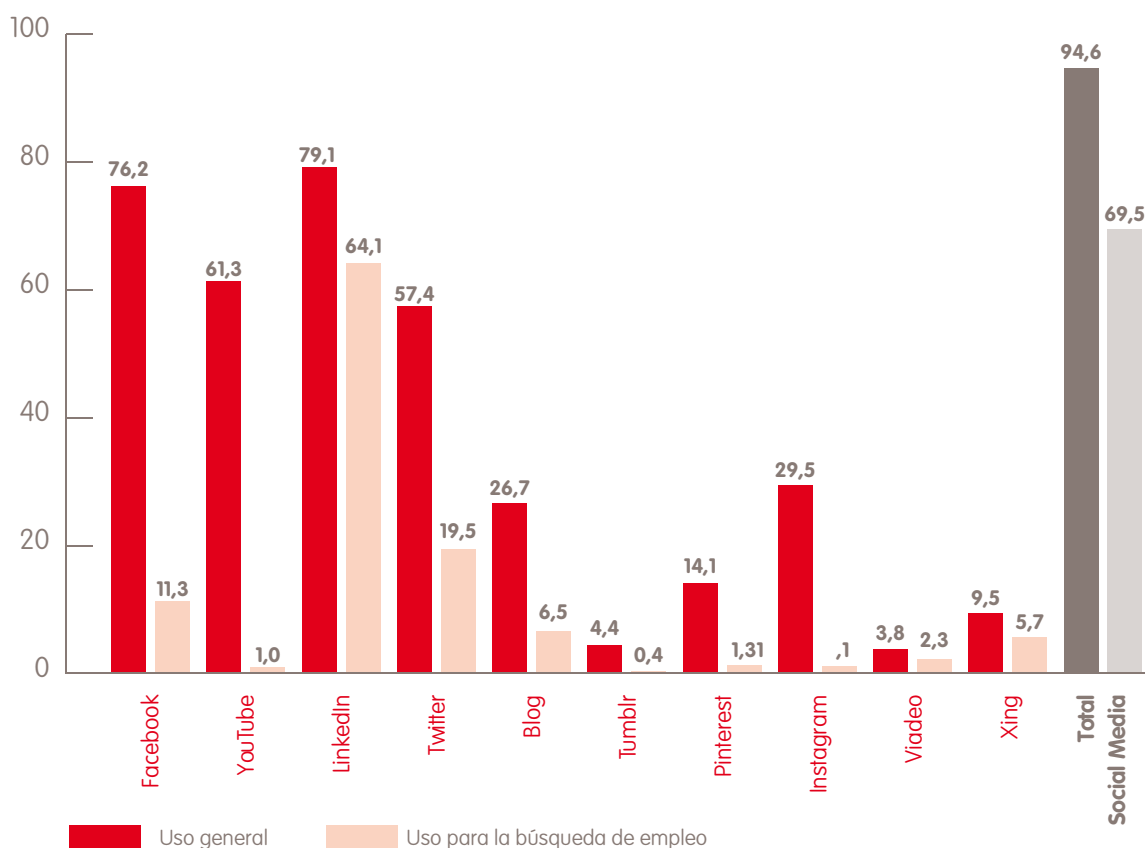
Los datos muestran que el 69% de las personas que buscan empleo utilizan las redes de contactos con el propósito de encontrar empleo. LinkedIn es con diferencia la red social más utilizada (64%) para actividades de búsqueda de empleo profesionales (fig. 1).

Fig. 1 – Redes sociales utilizadas en general y para la búsqueda de empleo. Valor %. España, 2014.

Notas:

(1) El uso general también incluye el uso para buscar empleo.

(2) El Total de las redes sociales es el porcentaje de los encuestados que utilizan por lo menos una de las redes sociales en consideración.



En España, hombres y mujeres muestran porcentajes de uso de redes sociales similares con propósitos generales, pero las mujeres muestran una predisposición mayor para su uso con propósitos de búsqueda de empleo (78% vs 69%). El uso de estos instrumentos es inversamente proporcional a la edad del candidato, es decir, cuanto más joven es un candidato, más probable es que utilice plataformas de redes sociales tanto para uso general como con propósitos de búsqueda de empleo. El 98% de las personas más jóvenes que buscan empleo (menores de 33 años de edad) usan regularmente por lo menos una red de contactos con propósitos de búsqueda de empleo. El nivel educativo también es un factor importante, ya que el uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo entre aquellos con un nivel de educación secundaria se incrementa significativamente con la consecución de niveles superiores de educación (tabla 1).

Tabla 1 – Uso de redes sociales en general y para la búsqueda de empleo según los perfiles sociodemográficos. Valor %. España, 2014.

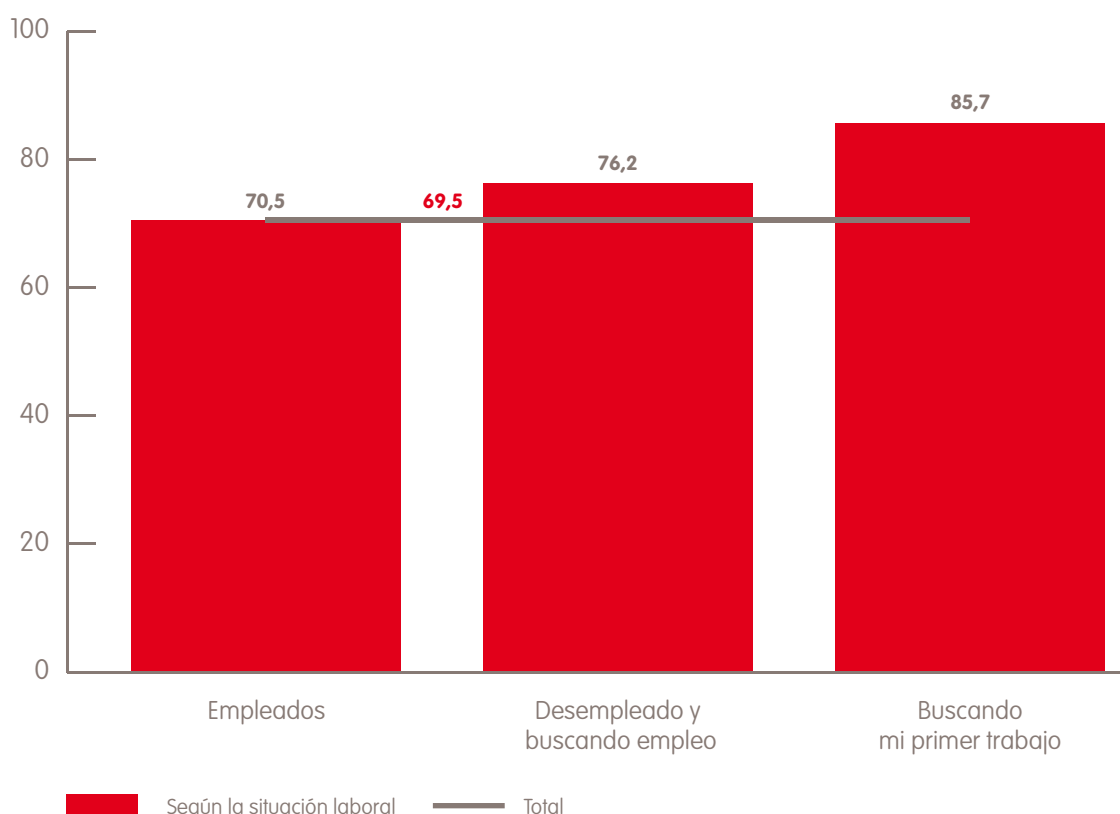
Nota:

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

	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 y que actualmente se hallan desempleados y buscando empleo. El uso de las redes sociales es algo menos frecuente entre aquellos candidatos que se hallan empleados actualmente (fig. 2).

Fig. 2 – Uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo según la situación laboral. Valor %. España, 2014.



Entre las diferentes actividades que pueden realizarse para buscar empleo en internet, aquellas más utilizadas por los candidatos incluyen la búsqueda a través de anuncios de empleos (82%), consultar lo que dicen otras personas sobre los responsables de selección potenciales (82%) y los contactos profesionales (78%). La presentación de solicitudes (64%) y la distribución de CV (71%) son menos frecuentes en comparación, de lo que podemos deducir que las personas que buscan empleo utilizan las redes sociales de una manera más “social” (tabla 2).

Tabla 2 – Uso de las redes sociales para actividades específicas de búsqueda de empleo. Valor %. España, 2014.

Nota: Pregunta de opción múltiple.

1º	Analizar las páginas de los responsables de selección potenciales	82,3
2º	Buscar empleos	82,1
3º	Consultar lo que otros dicen sobre responsables de selección potenciales	81,6
4º	Contactos profesionales	77,5
5º	Distribuir mi CV	71,1
6º	Presentar solicitudes	64,2
7º	Personal branding (cuidar la marca personal)	47,4
8º	Analizar las páginas de los potenciales responsables de selección	82,3

El uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo también está relacionado con el nivel de habilidades de TI del candidato. Según la “auto-evaluación de competencias”, los candidatos parecen considerarse más hábiles en su capacidad para conectar con otros (0,55) y para buscar y encontrar información interesante (0,50), pero le dan una importancia algo inferior a causar un impacto positivo en las vidas de otras personas a través de las redes sociales (0,20) (tabla 3).

Tabla 3 – Índice de habilidades en redes sociales. Valor %. España, 2014.

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

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



2 La efectividad de las redes sociales en la adecuación entre oferta y demanda

Según informes, el 71% de las personas que buscan empleo utilizan las redes sociales para distribuir su CV en internet, mientras que el 33% de las personas que buscan empleo han sido contactados por un responsable de selección a través de redes sociales al menos una vez. Hombres y mujeres son igual de activos en las redes sociales, pero los responsables de selección tienden a contactar a hombres con más frecuencia (36% vs 30%). El uso de las redes sociales para distribuir CV está más extendido entre las personas de 34 a 49 años (75%) y entre aquellas que cuentan con un postgrado (81%); los responsables de selección contactan con más frecuencia a los candidatos de más edad (47% vs 28%). El presentar un máster o doctorado también aumenta las posibilidades de un candidato a ser contactado (39%) (tabla 4).

Tabla 4 – Pasos realizados para conseguir un trabajo según características sociodemográficas. Valor %. España, 2014.

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

	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

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 0,70), seguido por la presencia de información general sobre la empresa (0,66) y por los mensajes de contenido personal que publica la empresa (0,55). Los perfiles de las redes sociales operados por empresas se perciben en gran medida entre los candidatos españoles como tableros informativos más que como vías de construcción de relaciones (tabla 5).

Tabla 5 – Índice de atractivo de la página de la empresa en las redes sociales. España, 2014.

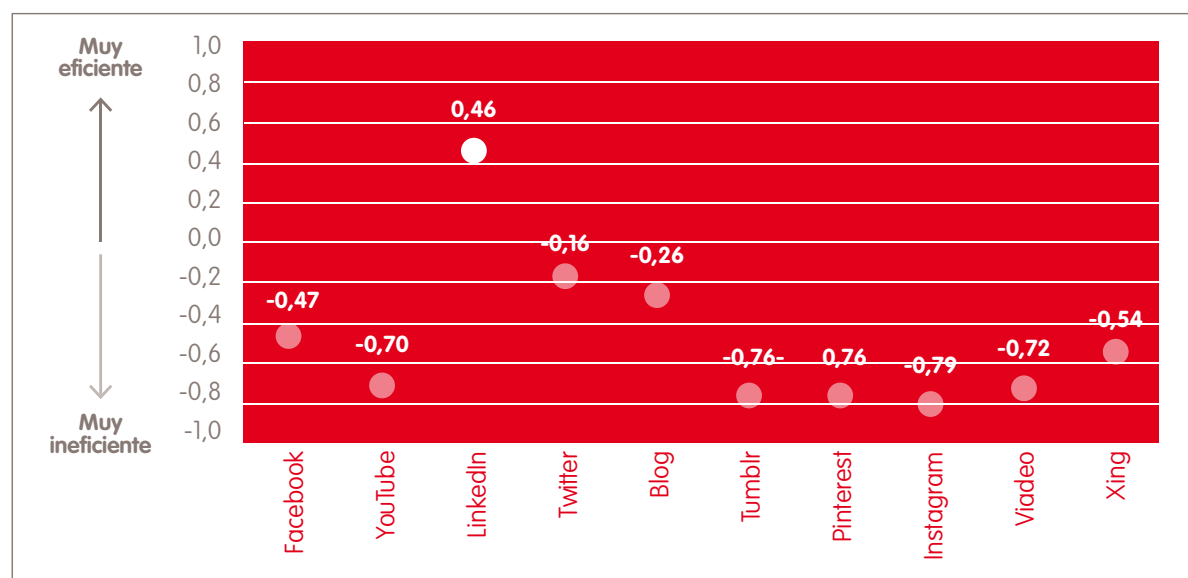
Nota: valor del índice entre -1 (atractivo mínimo) y 1 (atractivo máximo).

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

Entre las diferentes redes de contactos, LinkedIn está considerada como la única plataforma eficaz en lo que se refiere a adecuar oferta y demanda, con un índice de eficacia del 0,46 (el índice toma un valor entre -1, menor eficacia, y 1, mayor eficacia). Los “menos ineficaces” son Twitter (-0,16) y Blog (-0,26) (fig. 3).

Fig. 3 – Índice de eficacia de las redes sociales para la selección de empleados. España, 2014.

Nota: valor del índice entre -1 (ineficacia máxima) y 1 (eficacia máxima), valor 0 para posición neutral.

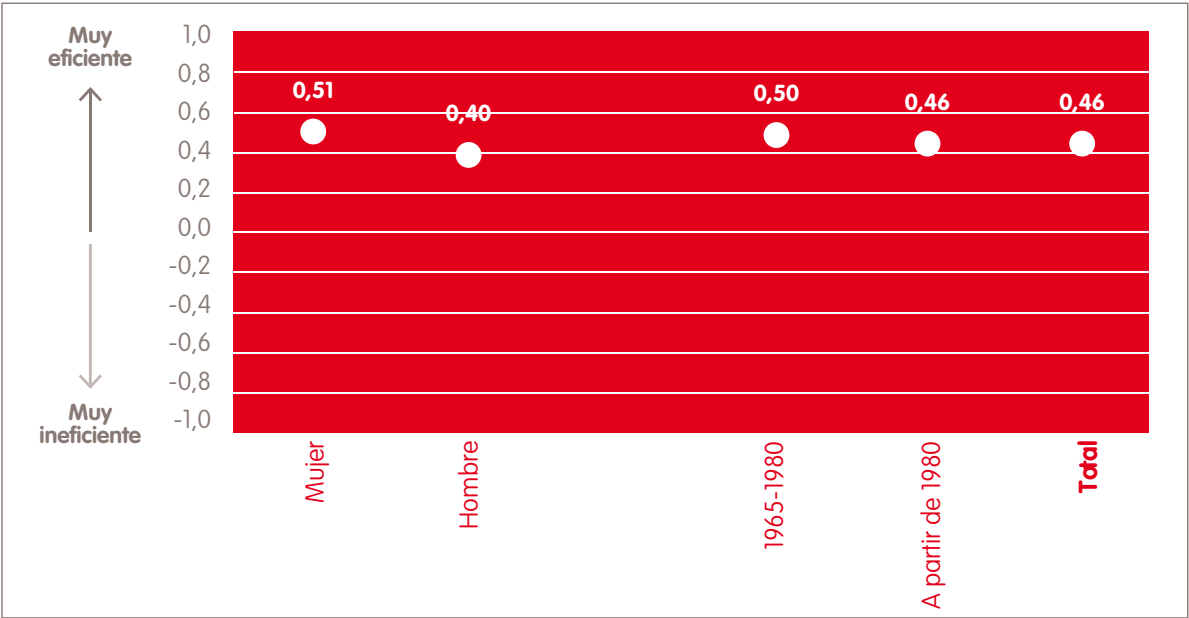


Si observamos a LinkedIn con más detenimiento, veremos que esta red de contactos en particular está un poco mejor valorada por las mujeres (0,51 vs 0,40) y por los candidatos nacidos antes de 1981 (0,50 vs 0,46) (fig. 4).

Fig. 4 – Índice de eficacia de LinkedIn para la selección de personal según sexo y año de nacimiento. España, 2014

Notas:

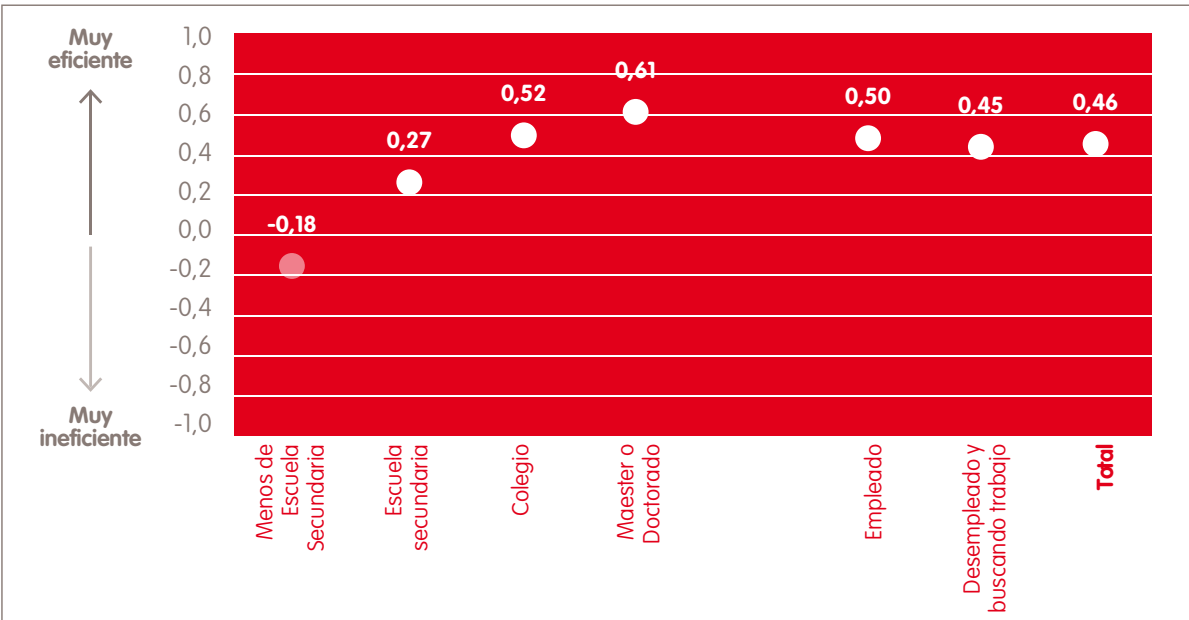
- (1) valor del índice entre -1 (ineficacia máxima) y 1 (eficacia máxima), valor 0 para posición neutral.
- (2) El análisis de las personas que buscan empleo nacidas antes de 1964 se ha omitido debido al tamaño limitado de la muestra.



La relación entre el uso de las redes sociales y el nivel educativo del candidato parece bastante evidente. El incremento en la percepción de la utilidad de las redes sociales es directamente proporcional al incremento en el nivel educativo, siendo significativamente mayor para los graduados y postgraduados (0,61). Los empleados también tienden a tener a LinkedIn en mejor consideración (0,50) que los desempleados (0,45) (fig. 5).

Fig. 5 – Índice de eficacia de LinkedIn para la selección de personal según el nivel máximo de educación completado y según la situación laboral principal. España, 2014.

Nota: valor del índice entre -1 (ineficacia máxima) y 1 (eficacia máxima), valor 0 para posición neutral.



3

La reputación en la web y su impacto en la búsqueda de empleo

Los candidatos tienden a utilizar Facebook para su imagen profesional en internet (0,66), pero, en general, creen que la información mostrada la ven principalmente sus amigos (0,48), ya que ellos mismos alteran la configuración de privacidad (0,48). Esto confirma la idea de que Facebook tiende a considerarse como una red de contactos más orientada a las amistades que a las relaciones profesionales.

Tabla 6 – índice de conformidad con afirmaciones específicas en relación a la imagen privada y profesional de un candidato en Facebook. España, 2014.

Nota: valor del índice entre -1 (máxima desconformidad) y 1 (máxima conformidad), valor 0 para posición neutral.

Posición	Afirmaciones sobre privacidad	Índice
1º	Es importante mantener una imagen profesional en internet	0,66
2º	Entiendo que mi perfil sólo lo ven mis amigos	0,48
3º	Sólo mis amigos pueden acceder a mi perfil	0,48
4º	Mi imagen en internet es importante para mi futuro	0,36
5º	Me esfuerzo por mantener una imagen profesional en mi perfil	0,31

Los elementos que aparecen con mayor frecuencia en los perfiles web de los candidatos en España son la experiencia profesional (0,43) y la personalidad que emerge en el perfil (0,32), mientras que el número de contactos, y las referencias y comentarios publicados por otros cuentan con una presencia significativamente menor. 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 (0,00) (tabla 7).

Tabla 7 – Información relacionada con la carrera profesional en los perfiles de las redes sociales: Índice de aparición. España, 2014.

Nota: valor del índice entre -1 (elemento totalmente ausente) y 1 (elemento muy presente).

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 en la web de un candidato, se puede observar que todos ellos tienen un índice relativamente bajo de aparición (muy por debajo de 0). Concretamente, los candidatos parecen evitar la publicación de “selfies” informales (-0,42) y las fotos en contextos controvertidos, tales como el consumo de alcohol (-0,58). También consideran particularmente negativas las actividades tales como realizar comentarios sobre temas controvertidos o publicar contenido que infrinja las normas universitarias o laborales (-0,84), lo que supone una observación importante, ya que se trata de actividades que también los responsables de selección acostumbran a ver como especialmente negativas (tabla 8).

Tabla 8 - Elementos publicados en los perfiles de las redes sociales: índice de aparición. España, 2014.

Nota: valor del índice entre -1 (muy poco probable) y 1 (muy probable).

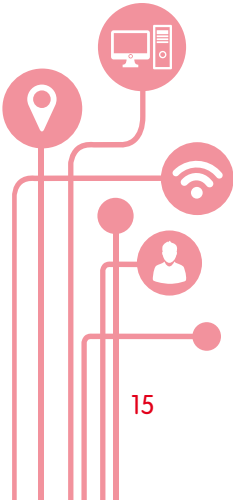
Posición	Elementos del perfil de la red social	Índice
1º (Muy presente)	“Selfie” informal o foto etiquetada (p.ej. en traje de baño)	-0,42
2º	“Selfie” controvertida/foto etiquetada (p.ej. consumiendo alcohol)	-0,58
3º	Comentarios sobre temas controvertidos (p.ej. drogas ilegales)	-0,80
4º (Poco presente)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

Por último, también cabe destacar la presencia de un porcentaje menor, pero igualmente relevante de candidatos a los que se les pidió que proporcionaran su contraseña de Facebook u otra credencial de acceso a una red social (1%) a la empresa durante una entrevista de trabajo (tabla 9).

Tabla 9 - ¿Alguna vez le han pedido su contraseña de Facebook u otra plataforma de redes sociales durante una entrevista de trabajo? Valor %. España, 2014.

Nota: Valor % de “Reveló la contraseña” calculado sobre los casos en que “Le pidieron la contraseña”.

Le pidieron su contraseña	Valor % 0,9
---------------------------	-------------



4 El capital social de candidatos individuales ¹

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. Para ello, hemos utilizado el “position generator”, una de las herramientas más recomendadas a través de su investigación, que permite valorar la “riqueza” del capital social de un individuo. Esto se realiza en primer lugar mediante la evaluación de las figuras profesionales que pertenecen a su red de contactos. A continuación, se atribuye a cada profesión un peso proporcional relacionado con el “estatus de prestigio” de la ocupación, tal como se clasifican comúnmente según la estructuración de las clases profesionales. Esto permite calificar las redes de contactos en base a su “riqueza” en capital social, es decir, pobre (bajo capital social), medio o rico (alto capital social).

Para mejorar el análisis, hemos introducido una ligera variación y hemos preguntado si el contacto interactúa más en modo fuera de internet, en internet o múltiple (ambos). A partir de esta pregunta, hemos podido reconstruir la riqueza creada por el capital social fuera de internet y en internet de los individuos en cuestión, y los canales relacionales que usan con más frecuencia.

Los candidatos parecen contar con redes fuertemente integradas formadas por una combinación de relaciones fuera de internet y en internet. La red en internet tiende a ser más débil que la red fuera de internet en el 10% de los casos (celdas superiores en gris claro) y es más rica sólo en el 19% de los casos (celdas en gris oscuro) (tabla 10).

¹ Para diferenciar entre conceptos, hablamos de redes sociales para referirnos a las plataformas sociales (Facebook, LinkedIn, Twitter etc.) y de redes de contactos para referirnos a las relaciones sociales (en internet y fuera de internet) de los candidatos.

Tabla 10 – Fuerza de las redes en internet y fuera de internet del candidato. Valor %. España, 2014.

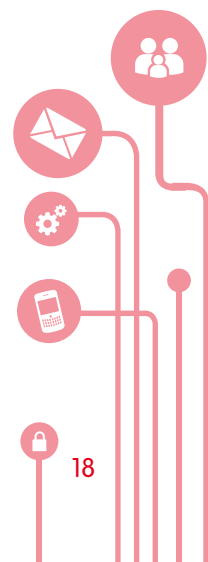
Nota: la red se calcula atribuyendo el peso ISEI (International Classification for Professional Prestige) a cada figura profesional tenida en cuenta por un candidato y dividiendo la distribución de las redes en las categorías pobre, media y rica utilizando esta división para cada encuestado a nivel internacional.

		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

El uso de las redes sociales para propósitos de búsqueda de empleo es menos común entre aquellos con una red pobre (tanto en internet como fuera de internet), 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 empleos (tabla 11).

Tabla 11 – Indicadores relativos al uso de las redes sociales según nivel de redes fuera de internet y en internet. Valor %. España, 2014.

Indicadores sobre el uso de redes sociales	Red en internet			Red fuera de internet			Total
	Pobre	Medio	Rico	Pobre	Medio	Rico	
Uso de redes sociales para la búsqueda de empleo	55,2	79,7	80,5	61,4	77,6	85,9	69,5
Distribución de CV	53,0	73,6	81,6	58,0	78,4	77,6	71,1
Contacto por parte del responsable de selección	11,9	35,1	43,7	23,8	30,2	45,9	32,6



Apéndice estadístico

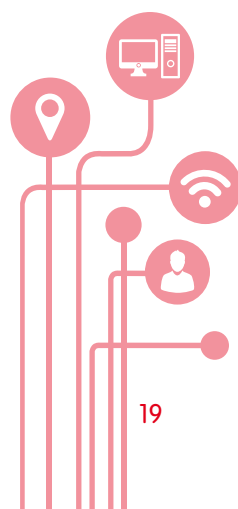
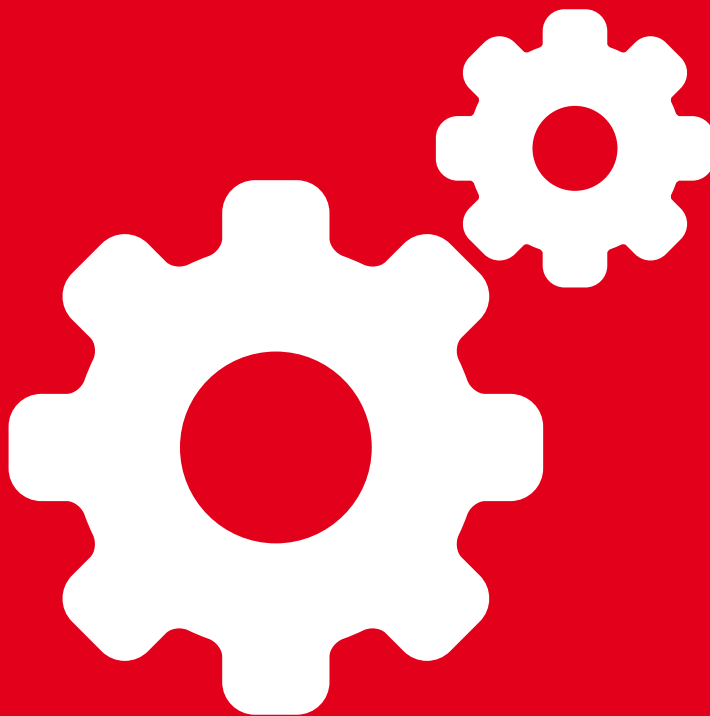


Tabla 1.A – En general, ¿qué redes de contactos utiliza? ¿Las utiliza para buscar empleo? España, 2014.

	No	Sí	Sí, para buscar empleo	Total
Facebook	23,8	64,9	11,3	100,0
YouTube	38,7	60,2	1,0	100,0
LinkedIn	20,9	15,0	64,1	100,0
Twitter	42,6	37,8	19,5	100,0
Google+	58,0	32,8	9,2	100,0
Blog	73,3	20,2	6,5	100,0
Tumblr	95,6	4,0	0,4	100,0
Pinterest	85,9	12,8	1,3	100,0
Instagram	70,5	28,4	1,1	100,0
Viadeo	96,2	1,5	2,3	100,0
Xing	90,5	3,8	5,7	100,0

Tabla 2.A - ¿Con qué frecuencia busca empleo en las redes sociales? España, 2014.

	Valor %
Cada día	100,0
Varias veces por semana	0,0
Al menos una vez por semana	0,0
Al menos una vez al mes	0,0
Total	100,0

Tabla 3.A – Actividades dentro del uso de redes de contactos para la búsqueda de empleo España, 2014.

	No	Sí	Total
Personal branding (cuidar la marca personal)	52,6	47,4	100,0
Distribución de mi CV	28,9	71,1	100,0
Contactos profesionales	22,5	77,5	100,0
Búsqueda de empleos	17,9	82,1	100,0
Presentación de solicitudes	35,8	64,2	100,0
Consulta de páginas de responsables de selección potenciales	17,7	82,3	100,0
Consulta de lo que dicen sobre los responsables de selección potenciales	18,4	81,6	100,0



Tabla 4.A - De 1 a 5, ¿cómo son de eficaces estas redes de contactos para la búsqueda de empleo? España, 2014.

	1 (muy ineficaces)	2	3	4	5 (muy eficaces)	No lo sé	Total
Facebook	46,0	15,5	18,8	10,2	4,2	5,3	100,0
YouTube	55,2	14,5	11,4	3,6	0,8	14,5	100,0
LinkedIn	5,5	4,7	15,5	32,6	34,3	7,5	100,0
Twitter	24,7	10,4	26,4	19,9	5,6	12,9	100,0
Google+	29,6	11,2	21,5	8,1	3,4	26,3	100,0
Blog	24,7	10,7	18,3	12,6	5,3	28,4	100,0
Tumblr	37,0	6,5	8,2	0,6	0,3	47,5	100,0
Pinterest	40,8	6,2	9,9	0,6	0,0	42,5	100,0
Instagram	52,7	6,2	9,0	1,1	0,3	30,7	100,0
Viadeo	36,4	4,5	8,2	1,1	1,1	48,6	100,0
Xing	29,7	5,9	11,0	4,8	1,7	46,9	100,0

Tabla 5.A - De 1 a 5, ¿Qué información relacionada con su carrera profesional contiene su perfil en las redes sociales? España, 2014.

	1 (ninguna)	2	3 (neutral)	4	5 (much)	Total
Información personal (p.ej. estado civil, sexo...)	7,2	6,1	32,6	25,1	29,0	100,0
La personalidad que emerge en el perfil	5,8	6,4	29,6	34,8	23,5	100,0
Fotos	9,4	11,3	34,5	26,2	18,5	100,0
Experiencia profesional	8,6	3,6	17,7	33,1	37,0	100,0
Número de contactos	10,5	11,0	28,2	31,5	18,8	100,0
Aficiones e intereses personales	11,6	13,0	38,7	25,4	11,3	100,0
Premios y distinciones profesionales	22,9	8,6	28,5	25,1	14,9	100,0
Referencias y comentarios publicados por otros	17,7	8,8	32,9	24,0	16,6	100,0
Contenido publicado	11,6	7,7	35,6	26,2	18,8	100,0

Tabla 6.A - De 1 a 5, ¿publicaría usted lo siguiente en su perfil de Facebook? España, 2014.

	"Selfie" informal o foto etiquetada (p.ej. en traje de baño)	"Selfie" controvertida (p.ej. consumiendo alcohol)	Comentarios sobre temas controvertidos (p.ej. drogas ilegales)	Comentarios sobre su participación en actividades que infringen las normas de la universidad o del centro de trabajo
1 (con poca probabilidad)	50,6	61,8	78,4	81,1
2	16,1	12,4	10,0	10,6
3 (neutral)	10,6	11,5	6,3	4,3
4	11,5	9,0	3,1	2,5
5 (con mucha probabilidad)	11,2	5,3	2,2	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 7.A - De 1 a 7, indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones referentes a su perfil de Facebook. España, 2014.

	Sólo mis amigos pueden acceder a mi perfil	Creo que sólo mis amigos pueden ver mi perfil	Es importante presentar una imagen profesional en internet	Me esfuerzo por presentar una imagen profesional en mi perfil	Mi imagen en internet es importante para mi futuro
1 (Nada de acuerdo)	10,7	10,3	2,2	5,7	5,0
2	3,1	2,5	1,9	8,8	6,0
3	4,4	4,1	2,8	5,3	6,6
4 (neutral)	12,5	12,5	12,3	21,7	23,2
5	6,9	6,0	7,2	14,2	11,9
6	8,5	15,7	17,9	14,8	11,9
7 (Muy de acuerdo)	53,9	48,9	55,7	29,6	35,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 8.A - ¿Alguna vez le ha contactado un responsable de selección a través de su perfil en una plataforma de redes sociales? España, 2014.

	Valor %
No	67,4
Sí	32,6
Total	100,0

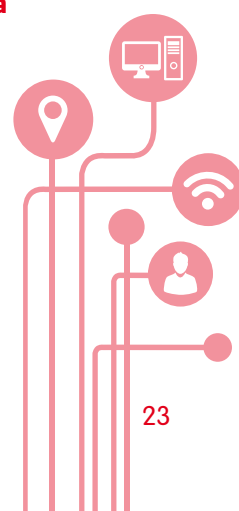


Tabla 9.A - ¿Consiguió el trabajo? España, 2014.

Nota: Estadística calculada sólo para los que respondieron "Sí" en la tabla 8.A.

	Valor %
No	50,0
Sí	50,0
Total	100,0

Tabla 10.A - ¿Alguna vez le han pedido su contraseña de Facebook o de otra plataforma de redes sociales durante una entrevista de trabajo? España, 2014.

	Valor %
No	99,1
Sí	0,9
Total	100,0

Tabla 11.A - ¿La reveló? España, 2014. (VALOR NO ENCONTRADO)

Tabla 12.A - ¿Cree que las empresas utilizan las redes sociales para la selección de personal? España, 2014.

	Valor %
No	11,9
Sí	59,7
No lo sé	28,3
Total	100,0

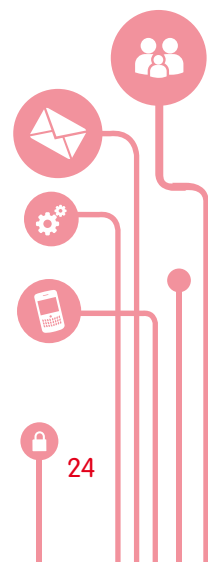


Tabla 13.A – De 1 a 5, ¿en qué medida llaman su atención los elementos siguientes en la página de una empresa en las redes sociales? España, 2014.

	1 (ninguna)	2	3 (neutral)	4	5 (mucha)	Total
Información general sobre la empresa (p.ej. acerca de, contacto...)	2,9	2,0	12,7	25,5	56,9	100,0
Fotos	4,6	9,2	30,7	36,9	18,6	100,0
Número de seguidores (p.ej. fans, miembros del grupo...)	6,9	10,8	30,7	34,6	17,0	100,0
Popularidad de la empresa (me gusta, comentarios)	5,6	7,2	24,5	41,5	21,2	100,0
Interacción de la empresa con los usuarios	4,2	4,2	12,7	41,2	37,6	100,0
Contenido publicado por la empresa	3,3	2,6	13,7	41,2	39,2	100,0
Comentarios publicados por otros usuarios	4,6	6,9	19,9	37,3	31,4	100,0
Ofertas de empleo (y facilidad para encontrar empleos)	2,9	2,0	7,5	27,1	60,5	100,0
Recomendación de la empresa por parte de familiares o contactos	4,9	5,9	18,0	35,3	35,9	100,0

Tabla 14.A - De 1 a 7, indique con qué seguridad puede realizar cada una de las siguientes tareas. España, 2014.

	Puedo ser muy eficaz con el uso de las redes sociales	Puedo ejercer un impacto positivo en las vidas de otros a través de las redes sociales	Puedo ofrecer información importante e interesante a otras personas publicando en las redes sociales	Puedo encontrar información importante e interesante leyendo las publicaciones de otros en las redes sociales	Puedo usar las redes sociales como una manera eficaz de contactar con otras personas	Puedo comunicarme de forma muy eficaz utilizando las redes sociales
1 (muy inseguro)	3,9	8,2	6,9	3,6	3,0	5,9
2	3,9	3,9	3,9	1,6	2,0	4,3
3	3,6	5,6	3,6	4,3	4,0	4,6
4 (neutral)	17,0	27,2	15,4	10,5	9,9	16,8
5	21,2	24,9	21,3	21,6	19,1	22,0
6	21,6	17,4	25,6	28,9	24,1	20,4
7 (muy seguro)	28,8	12,8	23,3	29,5	38,0	26,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

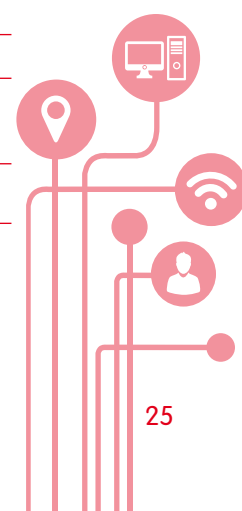


Tabla 15.A - ¿Su red en internet u fuera de internet incluye las siguientes profesiones? España, 2014.

	En internet	Fuera de internet	En internet y fuera de internet	No	No lo sé o no lo recuerdo	Total
Agente de seguros	7,0	9,3	16,9	54,0	12,9	100,0
Enfermero	10,3	11,6	27,8	43,0	7,3	100,0
Abogado	11,3	7,6	36,1	37,4	7,6	100,0
Contable	9,9	7,6	31,5	38,1	12,9	100,0
Trabajador de la construcción	7,3	10,9	23,5	47,4	10,9	100,0
Responsable político	8,6	6,6	12,6	62,6	9,6	100,0
Oficial de policía	7,3	12,9	13,6	57,6	8,6	100,0
Trabajador no cualificado	8,9	9,6	39,1	31,5	10,9	100,0
Director de una empresa	17,9	4,6	36,4	32,8	8,3	100,0
Ingeniero	16,6	4,6	44,0	25,8	8,9	100,0
Personal de limpieza	4,0	15,6	16,6	49,0	14,9	100,0
Agente de bienes raíces o inmobiliario	6,3	7,9	18,5	51,0	16,2	100,0

Tabla 16.A - Sexo. España, 2014.

	Valor %
Mujer	60,9
Hombre	39,1
Total	100,0

Tabla 17.A - Año de nacimiento. España, 2014.

	Valor %
Antes de 1946	0,0
1946-1964	3,6
1965-1980	24,2
Después de 1981	72,2
Total	100,0

Tabla 18.A - ¿Cuál es su nivel educativo máximo? España, 2014.

	Valor %
Menos de escuela secundaria	6,4
Escuela secundaria	13,4
Estudios universitarios iniciados	11,4
2 o 3 años de estudios universitarios	11,7
4 o 5 años de estudios universitarios	33,6
Máster o doctorado	23,5
Total	100,0

Tabla 19.A – Campo de estudios. España, 2014.

	Valor %
Educación	6,4
Artes y humanidades	5,7
Ciencias sociales, periodismo e información	14,9
Empresas, administración y derecho	31,1
Ciencias naturales, matemáticas y estadística	5,7
Tecnologías de la información y la comunicación	7,1
Ingeniería, industria y construcción	15,5
Agricultura, forestales, pesca y veterinaria	0,7
Salud y bienestar	6,8
Servicios	6,1
Total	100,0

Tabla 20.A – ¿Con cuántos años de experiencia cuenta? España, 2014.

	Valor %
1 año o menos	31,4
2 años	14,7
3-5 años	22,9
6-10 años	17,1
11-20 años	10,1
Más de 20 años	3,9
Total	100,0

Tabla 21.A – Situación laboral. España, 2014.

	Valor %
Empleado	29,5
Desempleado buscando empleo	63,4
Desempleado no buscando empleo	0,3
Temporalmente desempleado	1,0
Buscando mi primer empleo	4,7
Nunca he trabajado y no busco empleo	1,0
Total	100,0

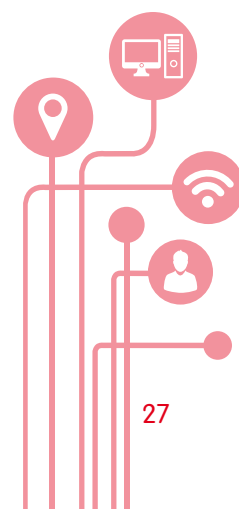


Tabla 22.A – Área de negocio. España, 2014.

Nota: Estadística calculada sólo para las respuestas “empleado” de la tabla 21.A.

	Valor %
Petróleo y Gas	1,3
Productos químicos	2,5
Recursos básicos	7,5
Construcción y materiales	3,8
Bienes y servicios industriales	11,3
Automóviles y repuestos	3,8
Alimentación y bebidas	6,3
Artículos personales y de uso doméstico	2,5
Atención sanitaria	5,0
Ventas minoristas	5,0
Medios de comunicación	13,8
Viajes y ocio	1,3
Telecomunicaciones	5,0
Servicios públicos	2,5
Bancos	5,0
Seguros	3,8
Propiedad inmobiliaria	1,3
Servicios financieros	10,0
Tecnología	8,8
Total	100,0

Tabla 23.A - ¿Cuál es su puesto? España, 2014.

Nota: Estadística calculada sólo para las respuestas “empleado” de la tabla 21.A

	Valor %
No directivo	3,4
Directivo intermedio	19,3
Directivo	35,2
Alto directivo y superior	42,0
Total	100,0

Tabla 24.A - ¿En qué departamento trabajo? España, 2014.

Nota: Estadística calculada sólo para las respuestas "empleado" de la tabla 21.A.

	Valor %
Control, Contabilidad y Finanzas	18,2
Compras	1,3
Fabricación	10,4
Investigación y desarrollo	2,6
Tecnologías de la información	9,1
Logística	2,6
Ventas	11,7
Marketing	13,0
Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas	7,8
Recursos humanos	20,8
Gestión de la calidad	2,6
Total	100,0

