

Informe 2016 Infoempleo – Adecco Redes Sociales y Mercado de Trabajo

El uso de redes sociales para buscar empleo toca techo: Por primera vez, apenas crece el número de candidatos y se reduce el número de empresas que las utilizan

- En su quinta edición, el Informe Infoempleo - Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España trata de analizar el impacto que estas herramientas están teniendo como canales de intermediación laboral entre empresas y candidatos.
- Un 78% de los usuarios utiliza las redes sociales para buscar empleo, prácticamente la misma proporción que el pasado año.
- El uso de las redes sociales por parte de las empresas como medio para captar talento pierde tres puntos porcentuales, pasando de un 87% en 2015 al 84% en el último año.
- Tres de cada cuatro usuarios han enviado su CV a una oferta de empleo que han conocido a través de redes sociales.
- El 47% de los candidatos con cuenta/s en redes sociales ha sido contactado por este medio en relación a una oferta de empleo en, al menos, una ocasión.
- Sólo el 48% de los candidatos cree que las empresas estén usando las redes sociales para reclutar candidatos.
- La valoración positiva de las redes sociales como canal de atracción y selección de talento asciende hasta el 92%. La red mejor valorada es LinkedIn (67%).
- El 35% de los reclutadores opina que los candidatos no dan un uso suficientemente profesional a sus perfiles en redes sociales.
- El 61% de las empresas no recurre a ningún servicio de pago en RRSS para realizar las labores de captación de talento.
- El 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.
- Durante el último año, el 55% de los profesionales de RRHH encuestados ha reconsiderado su decisión de contratación después de consultar los perfiles en redes de algún candidato preseleccionado; el 36% lo ha hecho empeorando su opinión.

Madrid, 1 de marzo de 2017.- ¿Están sufriendo los usuarios de redes sociales el conocido como “efecto fatiga”? ¿Son herramientas efectivas para buscar empleo? ¿Y candidatos? ¿Cuál ha sido su evolución como herramientas de intermediación laboral durante los últimos años?

Esta mañana ha sido presentado el **V Informe Infoempleo - Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo**, que ya puede consultarse y descargarse online de manera gratuita a través de este [enlace](#). En esta nueva edición se analiza el uso y la evolución que las redes sociales están teniendo entre los usuarios, haciendo especial hincapié en su utilización como plataforma de encuentro entre empresas y candidatos.

La presentación ha corrido a cargo de **Jorge Guelbenzu**, director general de Infoempleo.com, e **Iria Vázquez-Palacios**, directora de Servicio y Calidad de Adecco. Ambos han estado de acuerdo en una idea clave: las redes sociales han eliminado las barreras de comunicación entre candidatos y empresas. *"Hoy en día, cualquier persona tiene más poder sobre el desarrollo de su carrera profesional que nunca antes"*, afirma Jorge Guelbenzu. *"El 86% de las empresas en España tiene presencia en redes sociales, y el 84% de los profesionales de selección las utiliza para reclutar candidatos, por lo que la puerta de acceso a cualquier empresa está abierta"*, continúa el director general de Infoempleo.

Y lo mismo ocurre desde el otro lado: el 91% de los candidatos tiene cuenta en redes sociales, y el 78% las utiliza para buscar empleo. Iria Vázquez-Palacios asegura que el noviazgo entre redes sociales y candidatos y empresas está consolidado. *"La responsabilidad de las empresas es conocer las inquietudes de las personas que buscan empleo, y cuáles son sus hábitos de búsqueda -continúa la directora de Servicio y Calidad de Adecco-. Solo de esta forma conseguiremos atraer al mejor talento"*.

En el evento, además, se ha realizado una mesa redonda, moderada por Jorge Guelbenzu, con expertos en la materia: **Pedro de Vicente**, autor de **exprimiendolinkedin.com** y experto en la realización de estrategias en esta red, **Reyes Sanz**, head of Digital Marketing, Recruitment Marketing / Employer Branding & Alumni en **Accenture**, **Lara Lozano**, Social Media & Community manager en **ALSA** y **Carlos Méndez**, Social Media & Digital Content manager en **BBVA**.

Pedro de Vicente ha asegurado que los candidatos empiezan a cansarse de las redes sociales porque no obtienen respuestas. Y ha añadido: *"Hay que tener una estrategia y hacer cosas para que pasen cosas. Debes crear tus propias oportunidades"*.

Para Reyes Sanz el problema se encuentra en el planteamiento de objetivos por parte de las personas en búsqueda activa: *"La gente sigue apostando por estar presentes en redes sociales, pero los candidatos no tienen la estrategia adecuada. Debes hacer que las empresas te encuentren"*. También ha comentado a los responsables de RRHH presentes en el encuentro que *"las empresas no deben automatizar las ofertas porque no hay que olvidar lo social de las redes"*.

Lara Lozano ha querido hacer referencia a la estrategia de ALSA en estos canales: *"Difundimos ofertas de empleo en redes sociales, especialmente en Facebook y Twitter. Nuestra estrategia en 2011 comenzó estando orientada a la atención al cliente, ahora también nos centramos en los RRHH"*.

A continuación Carlos Méndez ha indicado: *"Hay que atraer el mejor talento posible y por eso hay que crear marca empleadora para poder acceder a ese talento"*. A ello ha querido añadir: *"Nosotros usamos las redes como una fuente de información más pero no para descartar a un potencial candidato; sin embargo, el usuario debe conocer las consecuencias de aquello que publica"*.

José Luis Rodríguez se ha centrado en lo que quieren las empresas de los potenciales empleados: *"El candidato quiere saber cómo es el proceso de selección de una empresa y las compañías deben tener esto en cuenta si queremos vinculación por parte del candidato. Debemos jugarnos el pellejo sobre todo emocionando, atrayendo y comunicando"*. Por último ha explicado: *"Hay que cuidar al candidato desechado, hay que trabajar más en la relación persona a persona, los que no hemos seleccionado hoy, podemos llegar a necesitarlos en el futuro"*.

¿Qué ha cambiado respecto al estudio presentado en 2016? **La extraordinaria –y rápida– expansión que han vivido las redes sociales como canales de intermediación laboral durante los últimos años parece haber alcanzado su punto máximo: a pesar de que su nivel de penetración es muy alto, su ritmo de crecimiento se está ralentizando.**

Según los datos obtenidos, **el número de candidatos que buscan empleo a través de redes sociales se ha mantenido sin apenas variaciones con respecto al año anterior: tres de cada cuatro personas**

buscan empleo desde sus cuentas en redes sociales. Sin embargo, solo el 45% de los encuestados las tiene como referencia habitual para la búsqueda de trabajo.

En cifras similares se ha mantenido también el porcentaje de usuarios que se ha inscrito en una oferta de empleo que han conocido a través de las redes sociales, alcanzando el 77% el último año, un punto porcentual más que durante 2015.

Los portales web de empleo, consultados por el 98% de los encuestados, siguen siendo la primera opción a la que recurren los candidatos cuando están en búsqueda activa de trabajo. Las páginas web corporativas (88%) y las empresas de selección (86%) completan el mix de herramientas más utilizadas por los profesionales que buscan empleo.

Entre los motivos que más influyen a la hora de abrirse un perfil o utilizar una red social siguen figurando contactar y comunicarse con amigos y/o familiares (66%) y estar al día de la actualidad y/o de las aficiones de los encuestados (57%). El empleo, sin embargo, es una de las razones que más peso ha perdido en el último año, cayendo de un 69% en 2015 a un 40% en 2016.

El 63% de los candidatos son conscientes de que todo aquello que publiquen en sus redes sociales puede ser evaluado por otras personas, entre ellas futuros empleadores. **Los usuarios dispuestos a compartir su búsqueda de empleo a través de redes sociales (46%) utilizarían, mayoritariamente, LinkedIn (66%) y Facebook (50%).**

Los profesionales de RRHH, por su parte, han integrado las redes sociales y otras plataformas 2.0 como instrumentos de su trabajo diario. Las utilizan principalmente como una herramienta complementaria a la que recurren cuando quieren ampliar la información de la que disponen sobre los candidatos preseleccionados.

Durante el último año, **el uso de las redes sociales como medio para captar talento ha perdido tres puntos porcentuales, pasando de un 87% en 2015 a un 84% en el último año. La red social más utilizada por las empresas españolas para encontrar nuevos empleados es, un año más, LinkedIn.** A ella recurren el 74% de los reclutadores que hacen uso de las redes para encontrar candidatos.

Los portales web de empleo siguen siendo la herramienta más utilizada por los profesionales de RRHH cuando quieren reclutar a nuevos empleados (88%). De hecho, es el canal al que recurren siempre o casi siempre el 67% de los seleccionadores, unido al 21% que los utiliza de forma habitual u ocasional.

Además, **el 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.** Es importante saber utilizar correctamente estas herramientas, pues el 55% de los profesionales de RRHH encuestados ha reconsiderado su decisión de contratación después de consultar los perfiles en redes de algún candidato preseleccionado; el 36% lo ha hecho empeorando su opinión.

Los perfiles en redes sociales más consultados por parte de los profesionales de RRHH son LinkedIn (67%), Facebook (40%) y Twitter (22%).

¿Y cuál es el futuro? En el plazo de dos años, los mecanismos de intermediación laboral más utilizados serán los portales web de empleo (97%), los contactos personales (96%), las redes sociales (95%) y los sites corporativos (94%).

En [este enlace](#) se puede descargar también la infografía con los datos más destacados del Informe.

Sobre Infoempleo

[Infoempleo](#) es uno de los portales de empleo de referencia en España. El punto de encuentro perfecto entre candidatos y empresas. Ofrece a las empresas toda clase de servicios para facilitar la búsqueda y gestión del talento. Además realiza diversos [informes y publicaciones](#) sobre el mercado laboral y el ámbito educativo que son referencia en el sector.

Pertenece al [Grupo Vocento](#) y cuenta con más de 30 años de experiencia en el ámbito del empleo y la formación. En la actualidad cuenta con más de 5 millones de usuarios registrados y más de 80.000 clientes.

Es *partner* español en exclusiva de "The Network", una red internacional de portales de empleo que permite acceder a más de [296 millones de candidatos en todo el mundo](#). Además, cuenta con su propio portal de formación, [Avanzaentucarrera.com](#), que reúne la oferta formativa de 37.000 centros y una completa selección de recursos de orientación y asesoramiento.



The Adecco Group

Adecco es la consultora líder en el sector de los Recursos Humanos en España con una facturación de 898 millones de euros en 2015. Llevamos 35 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, por segundo año consecutivo, la 3ª 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 empleado a cerca de 110.000 personas en nuestro país; hemos contratado a más de 17.700 menores de 25 años, un 16,1% más que el pasado año, hemos formado a más de 38.000 alumnos y hemos asesorado a casi 3.000 personas gracias a nuestros talleres.

Además, a través de nuestra Fundación hemos integrado en el último año a más de 3.000 personas con discapacidad, 753 mujeres con responsabilidades familiares no compartidas y/o víctimas de la violencia de género y otras 1.400 personas pertenecientes a otros grupos en riesgo de exclusión social y laboral. Desde que comenzó nuestra labor hemos realizado en España casi 10 millones de contratos. Invertimos más de 7 millones de euros en la formación de trabajadores y el 25% 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 1.800 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. Comunicación The Adecco Group
Tlf: 91.432.56.30

luis.perdiguero@adecco.com
patricia.herencias@adecco.com
anaïs.paradela@adecco.com

Miriam Sarralde / Lorena Molinero
Trescom Comunicación
Tlf: 91.411.58.68

miriam.sarralde@trescom.es
lorena.molinero@trescom.es