



infoempleo.com

INFORME 2014
INFOEMPLO - ADECCO
**REDES SOCIALES
Y MERCADO
DE TRABAJO**

Estudio realizado
en colaboración con:

Adecco

MUESTRA

El estudio se ha realizado entre dos públicos bien diferenciados:

- 6.646 candidatos (empleados, desempleados y autónomos).
- 284 profesionales de Recursos Humanos con el objetivo de obtener unos resultados lo más parecidos a la realidad.

UNIVERSO

Individuos residentes en España entre 18 y 67 años.

ÁMBITO

España. Dentro del Informe se recoge la distribución geográfica de la muestra.

TIPO DE ENCUESTA

Cuantitativa. 100% online.

CUESTIONARIO

Totalmente estructurado, con preguntas cerradas. Duración aproximada de 15 minutos en el caso de los candidatos, y de 20 en el caso de los profesionales de Recursos Humanos.

—

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Estudio Menta

www.estudiomenta.com

**—El futuro es de los que están dispuestos a
subirse al tren del cambio —**

Jorge Guelbenzu

Director General de Infoempleo.com

@guelbenzu

“En tiempos de cambio, quienes estén abiertos al aprendizaje se adueñarán del futuro, mientras que aquellos que creen saberlo todo estarán bien equipados para un mundo que ya no existe”.

—Eric Hoffer—

Hoy en día suele oírse mucho eso de que si no estás en Internet, no existes. Puede que la afirmación sea un poco extrema, pero en función del contexto, resulta de una certeza aplastante. Es el caso de las empresas que no tienen presencia en la Red, que cuentan con un gran talón de Aquiles en su estrategia corporativa.

Si lo llevamos al terreno que nos ocupa en este Informe sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo, la falta de visibilidad en Internet puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un candidato en su búsqueda activa de empleo, o de la estrategia de Recursos Humanos de una empresa.

La “explosión” de las Redes Sociales

Según un reciente estudio publicado por We are social, el 77% de los 46’5 millones de habitantes que tiene España son usuarios activos de Internet. En total, 37’7 millones de personas que mueven, a su vez, 22 millones de cuentas en Redes Sociales, donde permanecen una media de 1,54 horas al día. Los datos no dejan lugar a dudas. El auge de la Web 2.0 está cambiando por completo nuestra forma de comunicarnos a nivel personal, pero también profesional. Y las Redes Sociales son buena muestra de ello.

La importancia que conceden los usuarios a las Redes Sociales como medio a utilizar en su búsqueda de empleo es cada vez mayor.

De hecho, el 77% de los encuestados para la elaboración de este Estudio reconocen que encontrar oportunidades de empleo ha sido una de las razones que más ha influido a la hora de abrirse una cuenta en una Red Social, o en varias. Poco a poco, los candidatos se van dando cuenta de que los social media son el escaparate virtual perfecto donde consolidar su marca personal, su curriculum 2.0.

Asimismo, el potencial de las Redes Sociales como canal de atracción y reclutamiento de talento para los departamentos de Recursos Humanos es también enorme. Nunca antes las empresas habían tenido acceso a los perfiles de tantos candidatos como hasta ahora. Y a las cifras me remito: Facebook, con sus 1.400 millones de usuarios activos al mes, concentra el equivalente a la población de China; Google+ cuenta con más de 340 millones; LinkedIn, la Red Social profesional por excelencia, reúne a 330 millones; o Twitter e Instagram, con cerca de 300 millones de usuarios cada una, son sólo algunas de las RRSS más populares, pero hay muchas más... y las que todavía están por venir.

Con tantos usuarios activos en Redes Sociales, tiene sentido que las empresas saquen partido de esta circunstancia, ya no solo para construir engagement con sus clientes actuales y/o potenciales, sino para descubrir al mejor talento. El 70% de las empresas en nuestro país lo saben, y

durante 2014 han hecho uso de las Redes Sociales para reclutar candidatos, lo que supone un 20% más que hace tres años, aunque la plataforma predilecta para la atracción y selección del talento sigue siendo, un año más, la que ofrecen los portales de empleo en Internet.

Un desafío constante

Imaginemos por un momento un futuro en el que, al ir caminando por la calle, tu smartphone te avisa de que estás pasando por delante de una empresa en la que tienen una vacante de empleo que encaja con tu perfil. Te inscribes directamente, y a la empresa le interesas. En ese momento, entras a realizar la entrevista... y sales con un nuevo puesto de trabajo. ¿Ciencia ficción? Hace 20 años puede que sí, ahora no. El fondo, conseguir un empleo, se mantiene; pero la forma de hacerlo no deja de cambiar, fruto de los avances en tecnología que nos sobrevienen día sí y día también.

El futuro es de los que están dispuestos a subirse al tren del cambio constante, aunque para poder seguir sus pasos tengamos que avanzar a marchas forzadas. Y es que, ¿quién puede permitirse no hacerlo?

—Sabemos que marcas y clientes están en las Redes Sociales pero también lo está nuestro activo más valioso: nuestros empleados—

Iria Vázquez - Palacios

Directora de Servicio y Calidad de Adecco España

@IriaVPalacios

Parece increíble cómo en pocos años las redes sociales han pasado a tener un papel protagonista en nuestra vida, aún más desde que contamos con dispositivos que nos facilitan el acceso a ellas estemos donde estemos. Hoy, más que nunca, estamos hiperconectados las 24 horas del día.

Todos sabemos lo que esto implica a nivel de usuario pero, ¿qué representa esto para las marcas? Sin lugar a dudas, estamos en una nueva era en la que a comunicación cliente-marca se refiere. Se ha establecido una relación bidireccional en la que el cliente sabe que tiene, por así decirlo, "la sartén por el mango". Las empresas que aún creen que no necesitan estar en redes sociales o que pueden mantenerse al margen de éstas están totalmente equivocadas porque, quieran o no quieran, los usuarios hablarán de ellas, opinarán sobre ellas e influirán en otros consumidores y usuarios. ¿Qué mejor que ser conscientes de esto y tomar las riendas de su imagen con una buena estrategia en redes sociales?

Sin embargo, aquí no acaba todo. Porque si marcas e individuos están presentes en redes sociales, también lo está nuestro activo más valioso: nuestros empleados. Si en el mundo offline nuestros empleados eran "embajadores" de nuestra marca, en el mundo online nuestros empleados "son" la marca, o pueden llegar a serlo. Implementar una buena estrategia de redes sociales que tenga en cuenta a nuestros empleados, que les haga partícipes y les dé la posibilidad de mejorar su reputación online acabará

redundando en beneficio de la empresa. Igual que durante muchos años hemos hablado de motivar a los empleados con formación y con planes de carrera, las redes sociales nos brindan hoy la posibilidad de motivar a estos mismos empleados ayudándoles a posicionarse como expertos en su ámbito facilitándoles las herramientas y los conocimientos necesarios para ello. Hacerles partícipes de las redes sociales corporativas puede ser un excelente aliciente para que aquellos profesionales con conocimientos especializados publiquen contenido de valor para nuestros clientes. Con la formación necesaria, estos empleados pueden aprender a encontrar nuevos enfoques con los que elaborar sus artículos, reconocer el interés de los clientes y hacer propuestas realmente innovadoras y atractivas. Con esto, no sólo gana la empresa por contar con esos contenidos, sino que ganan los propios empleados que logran así mejorar su reputación online.

Y hay muchas maneras de hacerlo: darles acceso de administrador a la fan page de Facebook, crearles cuentas personales en Twitter, hacerles pensar en posibles vídeos para colgar en el canal de Youtube corporativo, animarles a escribir en el blog de la empresa, proponerles que se unan a la red de LinkedIn de la compañía, reflejando así su vinculación con la misma y el puesto que ocupan, etc.

Mientras en algunos foros se discute si el uso de las redes sociales por parte de los empleados tiene un efecto negativo en la productividad, involucrarles en el uso de

las redes sociales en beneficio de la empresa puede tener el efecto contrario. Si las empresas acompañan esa involucración con una buena formación e informando claramente de lo que se espera de sus empleados en redes sociales, ellos serán también conscientes de la importancia de su actividad en estos medios. Por eso, es necesario acompañar la formación con una guía o "netiqueta" de las diferentes redes y de cómo se debe actuar en situaciones concretas. Sólo así empleados y empresa caminarán en paralelo y de la mano en la construcción y el prestigio de la marca y el de los propios profesionales que la forman.



61%

Desempleado

33%

Empleado

6%

Autónomo o Freelance

—Parte 1—

CANDIDATOS

49%

Comunicaría la búsqueda de empleo sólo en algunas RRSS

28%
Sí, en todas

23%
No, en ninguna

78%

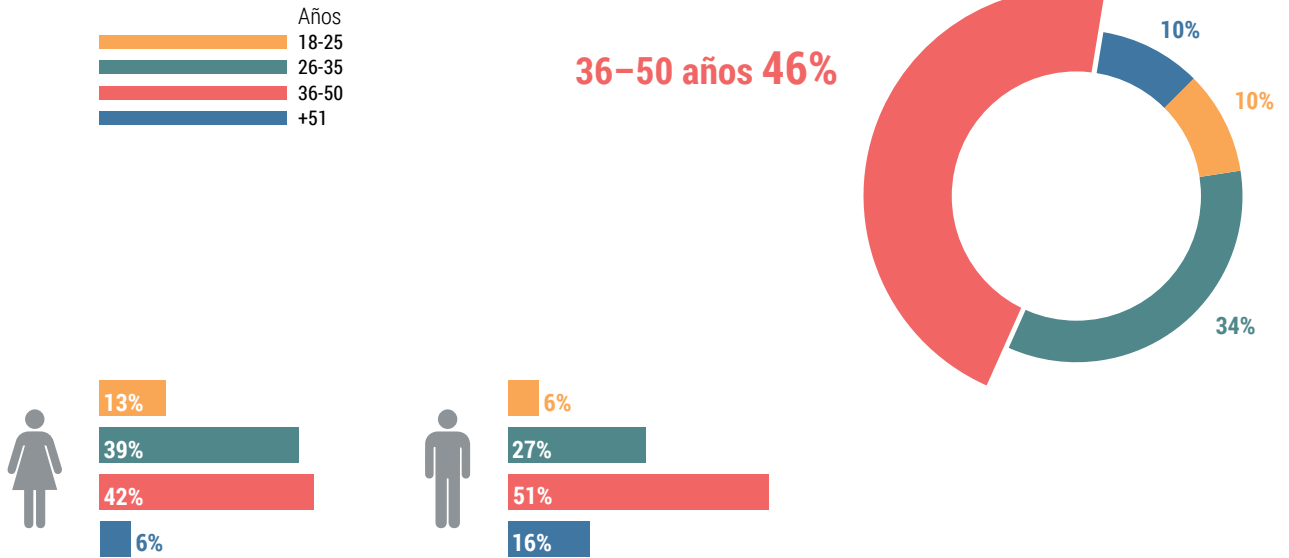
Usa las RRSS a diario

14%
Varias veces por semana

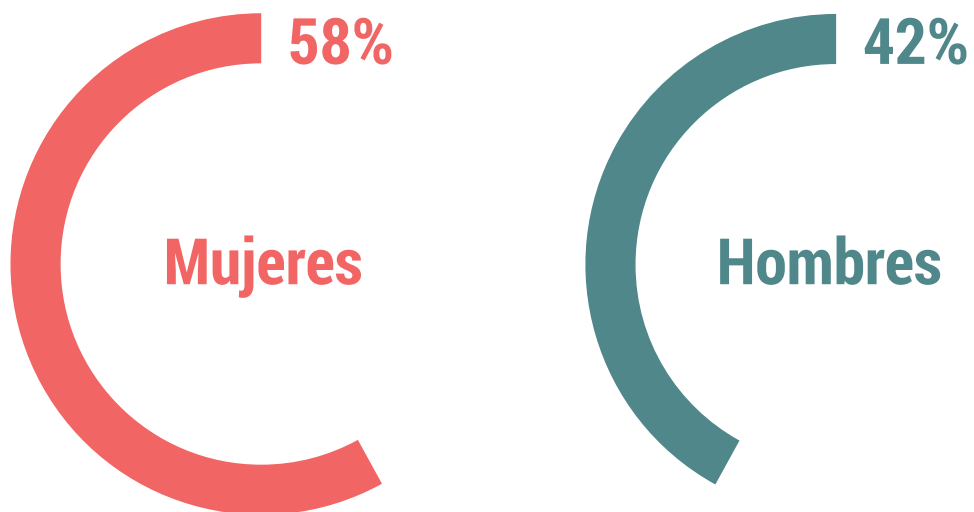
5%
Al menos una vez por semana

1. PERFILES

-1.1- Edad



-1.2- Sexo



—1.3—
Situación laboral



61%

Desempleado

33%

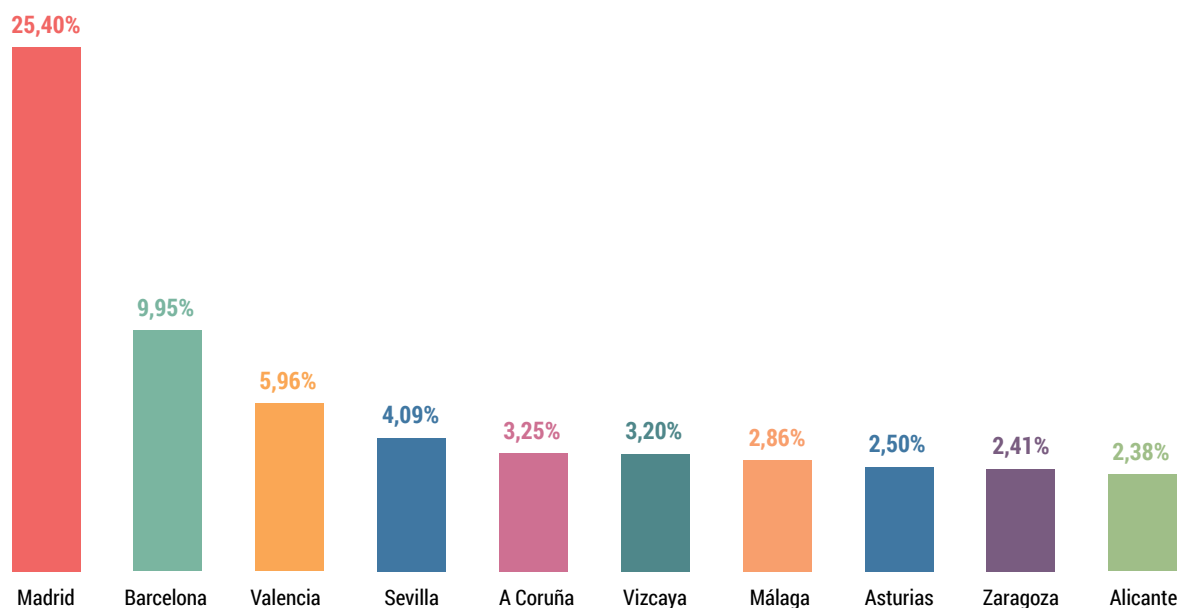
Empleado

6%

Autónomo o Freelance



—1.4—
Provincia



Provincia	Porcentaje
Murcia	2,12%
Pontevedra	2,08%
Santa Cruz de Tenerife	1,99%
Valladolid	1,97%
Cádiz	1,93%
Granada	1,91%
Guipuzcoa	1,67%
Las Palmas	1,43%
Cantabria	1,37%
Navarra	1,35%
Córdoba	1,32%
Toledo	1,25%
Islas Baleares	1,11%
Tarragona	1,01%

Provincia	Porcentaje
Burgos	0,99%
Badajoz	0,95%
León	0,95%
Castellón	0,93%
La Rioja	0,92%
Almería	0,87%
Álava	0,86%
Ciudad Real	0,83%
Salamanca	0,77%
Guadalajara	0,72%
Huelva	0,71%
Cáceres	0,63%
Girona	0,63%
Lugo	0,62%

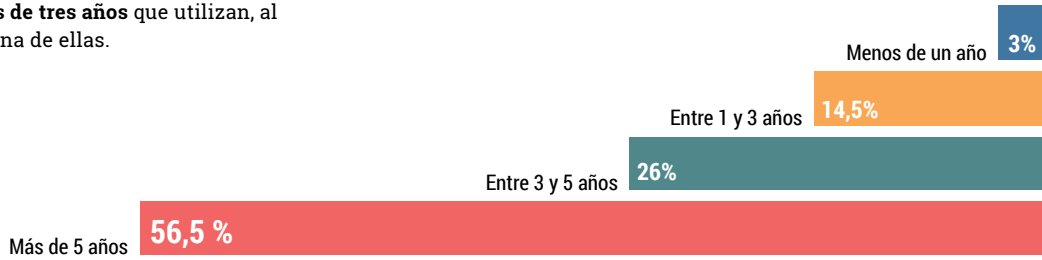
Provincia	Porcentaje
Albacete	0,56%
Lleida	0,53%
Jaén	0,50%
Palencia	0,47%
Segovia	0,41%
Ourense	0,38%
Ávila	0,32%
Cuenca	0,27%
Zamora	0,26%
Huesca	0,18%
Soria	0,15%
Teruel	0,06%
Ceuta	0,03%
Melilla	0,03%

2. EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

—2.1—

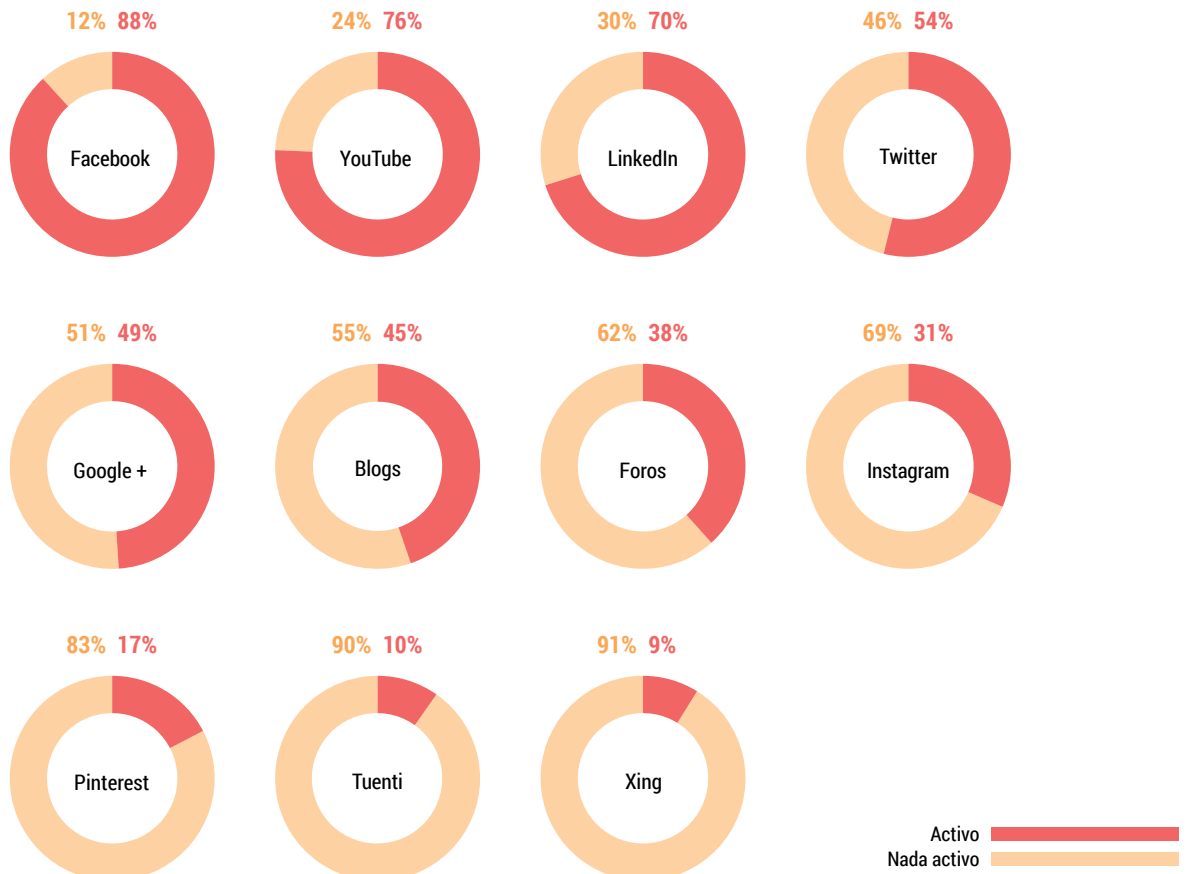
¿Cuánto tiempo hace que utilizas las Redes Sociales?

Más allá de lo que se suponía que podía ser una moda pasajera, las Redes Sociales (RRSS) han llegado para quedarse: **más del 80% de los internautas reconocen que hace más de tres años que utilizan, al menos, una de ellas.**



—2.2—

¿De cuáles de las siguientes Redes Sociales eres usuario activo?



—2.3—

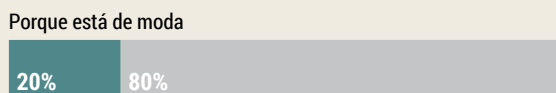
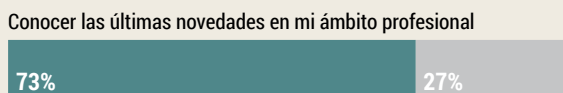
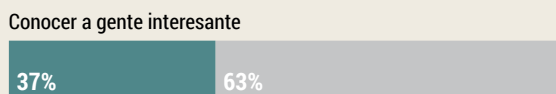
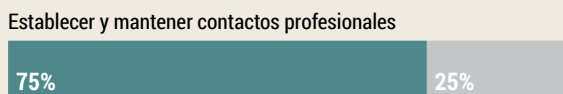
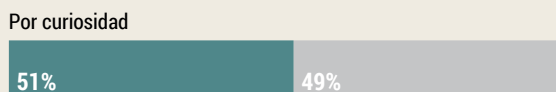
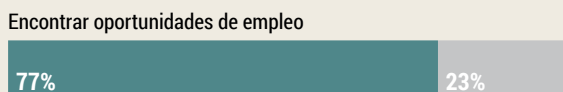
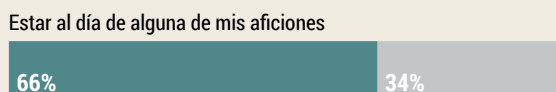
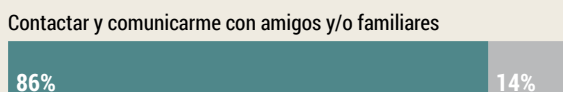
Valora cuáles son los motivos principales por los que te abriste tu(s) cuenta(s) en las Redes Sociales

El desarrollo de una carrera profesional es uno de los objetivos predominantes entre los usuarios que deciden abrirse una cuenta en una Red Social, o en varias. De hecho, desde la primera edición de este estudio, los aspectos relacionados con el mundo laboral, como **encontrar oportunidades de empleo, establecer y mantener contactos profesionales** o **conocer las últimas**

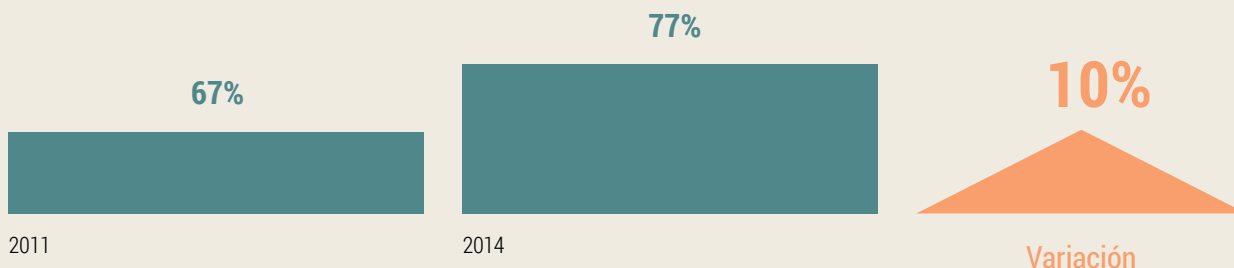
novedades del ámbito profesional de los usuarios, son los que mayor protagonismo han ido adquiriendo entre los encuestados, llegando a colocarse entre las razones que más influyen a la hora de registrarse en una Red Social.

Durante este último año, **contactar y comunicarse con amigos y/o familiares** se ha mantenido como el principal motivo por el cual los usuarios se crean un perfil en una Red Social. Le sigue muy de cerca **encontrar oportunidades de empleo**, la razón más importante para el 77% de los encuestados, lo que supone un incremento del 10% con respecto a 2011.

Relevante 
Poco o nada relevante 



Progresión año 2011 - 2014 — Encontrar oportunidades de empleo



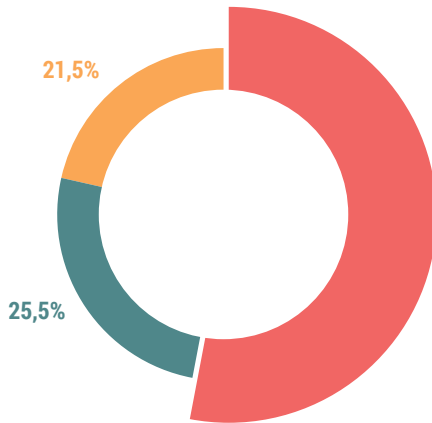
—2.4—

¿Qué estrategia sigues para darte a conocer en Redes Sociales?

A pesar de la etapa de plena consolidación que vive la Web 2.0, y con ella las Redes Sociales, todavía son muchos los usuarios que mantienen una actitud pasiva a la hora de usarlas para darse a conocer desde un punto de vista profesional. Durante los próximos años, sin embargo, se espera

que esta proporción vaya disminuyendo progresivamente debido al **peso cada vez mayor de la Identidad Digital en el CV** y de las nuevas tendencias de **e-Recruitment**, lo que propiciará que los candidatos se muestren cada vez más participativos y generen más contenido en las RRSS.

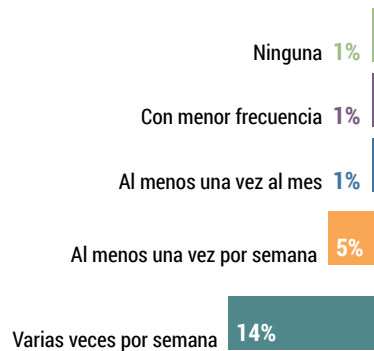
- Fundamentalmente leo los comentarios de los demás pero no suelo comentar mucho
- Publico material frecuentemente sobre mi campo de trabajo
- Comento lo que escriben otros usuarios



53% Fundamentalmente leo los comentarios de los demás pero no suelo comentar mucho

—2.5—

¿Con qué frecuencia accedes a las Redes Sociales?



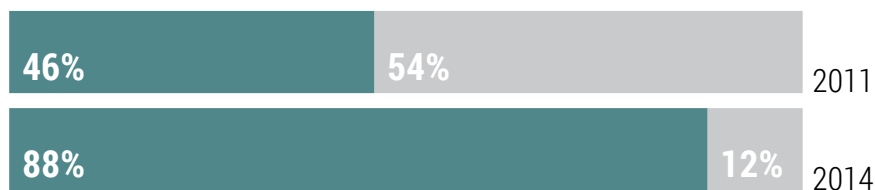
78% A diario

—2.6—

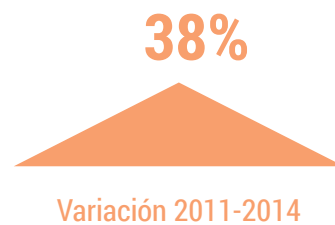
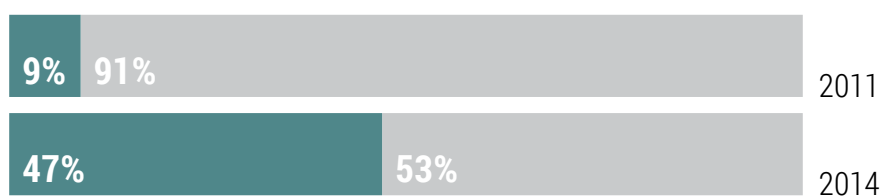
¿Desde dónde sueles acceder a las Redes Sociales?



Desde el teléfono móvil



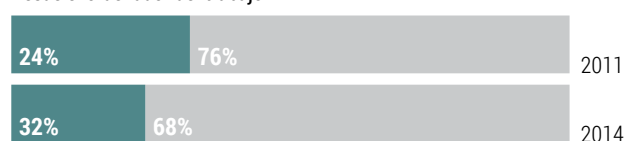
Desde una tablet



Desde el ordenador de casa



Desde el ordenador del trabajo



Otros



3. MEDIOS HABITUALES DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

—3.1—

Cuando buscas empleo, ¿a dónde sueles acudir para encontrar ofertas que se ajusten a tu perfil?

Los **portales de empleo** se mantienen como la primera opción a la que acuden los candidatos que están en búsqueda activa de empleo en España. Casi el 75% de los encuestados recurre siempre a ellos, y el 25% los consulta ocasionalmente. Los **contactos** y las **empresas de selección** son los otros dos canales más utilizados por los usuarios, aunque a bastante distancia del primero.

Las **Redes Sociales** afianzan su papel como intermediarias en la búsqueda de empleo. Como veremos más adelante, LinkedIn o las nuevas herramientas de reclutamiento que

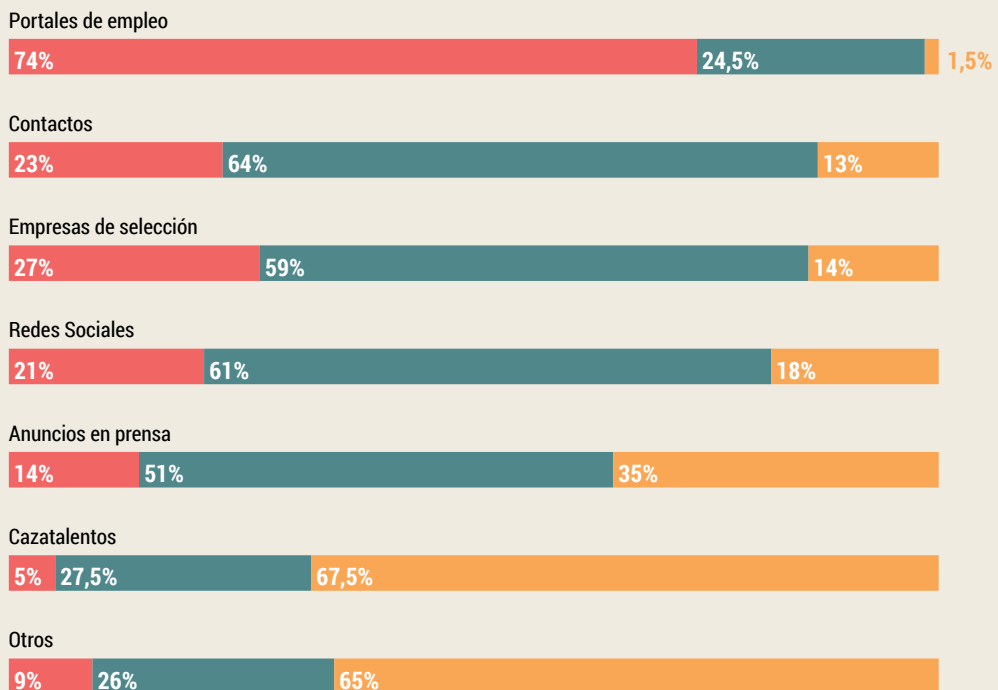
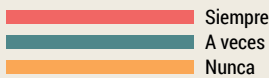
van surgiendo en torno a otras RRSS tienen gran parte de culpa de ello.

En situación opuesta se encuentran los **anuncios en prensa** y los **cazatalentos**, que cada vez tienen menos aceptación como canales para buscar empleo.

Superada ya la etapa de “revolución”, en la actualidad las Redes Sociales están totalmente integradas en la vida de los internautas, tanto en su faceta personal como profesional. La creciente popularización de su uso ha supuesto también todo un **revulsivo para las**

relaciones entre las empresas y los usuarios, al facilitarles un canal de comunicación directa con el que poder establecer una relación más fluida y bidireccional.

Desde la primera edición de este Informe, **las Redes Sociales han sido el medio para la búsqueda de empleo que mayor crecimiento ha registrado en nuestro país**. En concreto, el número de usuarios que ha recurrido a RRSS para buscar trabajo durante este último año, ya sea de forma habitual u ocasional, supera el 80%, lo que supone un 15% más que en 2011.



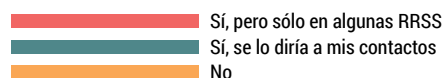
4. BUSQUEDA DE EMPLEO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

–4.1–

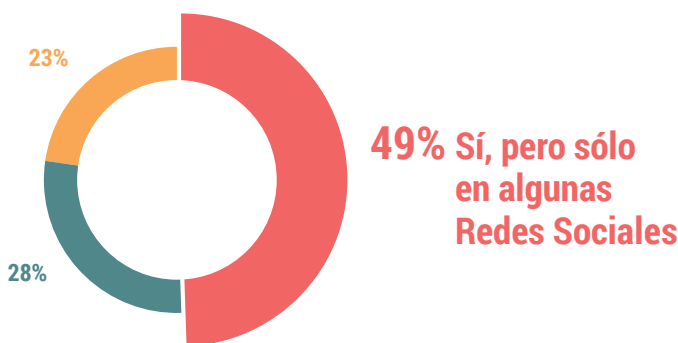
En el caso de que busques empleo, ¿lo comunicarías a través de las Redes Sociales?

Ocho de cada diez personas comunicarían a través de Redes Sociales que están en búsqueda activa de un puesto de trabajo. Y es que cada vez son más **los candidatos que utilizan las Redes Sociales como una prolongación viva de su currículum**

vitae, un espacio que les permite mostrar sus conocimientos en determinadas materias, conseguir contactos en su ámbito profesional y/o hacer llegar su perfil a las empresas sin necesidad de intermediarios.

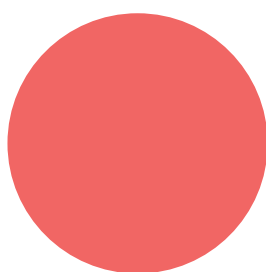


General candidatos



–4.2–

¿Consideras que las Redes Sociales son una alternativa interesante a los canales más convencionales para encontrar empleo?



General candidatos

61,5% Sí

24% No lo sé

14,5 No

Candidatos que ya han buscado empleo a través de las RRSS



—4.3—

¿En qué Redes Sociales comunicarías abiertamente que estás buscando empleo?

LinkedIn es la gran favorita para los candidatos que están dispuestos a comunicar a través de Redes Sociales que están en búsqueda activa de empleo.

Le siguen Facebook y Twitter, aunque la valoración de ambas ha caído con respecto a 2011: la primera pierde un 18%; la segunda, un 3%.

LinkedIn 74%

Facebook 46%

Twitter 23%

Google + 15%

Foros 12%

Blogs 10%

Xing 8%

Instagram 3%

Tuenti 2%

Pinterest 1%

—4.4—

¿Alguna vez has buscado empleo a través de una Red Social?

█ Sí
█ No

Hombres

77% Sí 23% No

Mujeres

75% Sí 25% No

Autónomo o Freelance

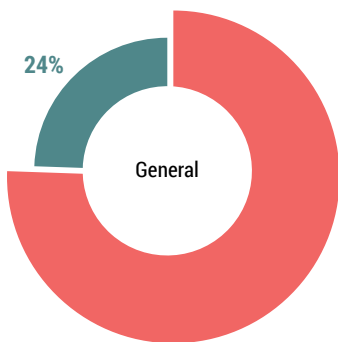
74% Sí 26% No

Desempleados

78% Sí 22% No

Empleados

72% Sí 28% No

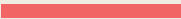
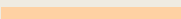


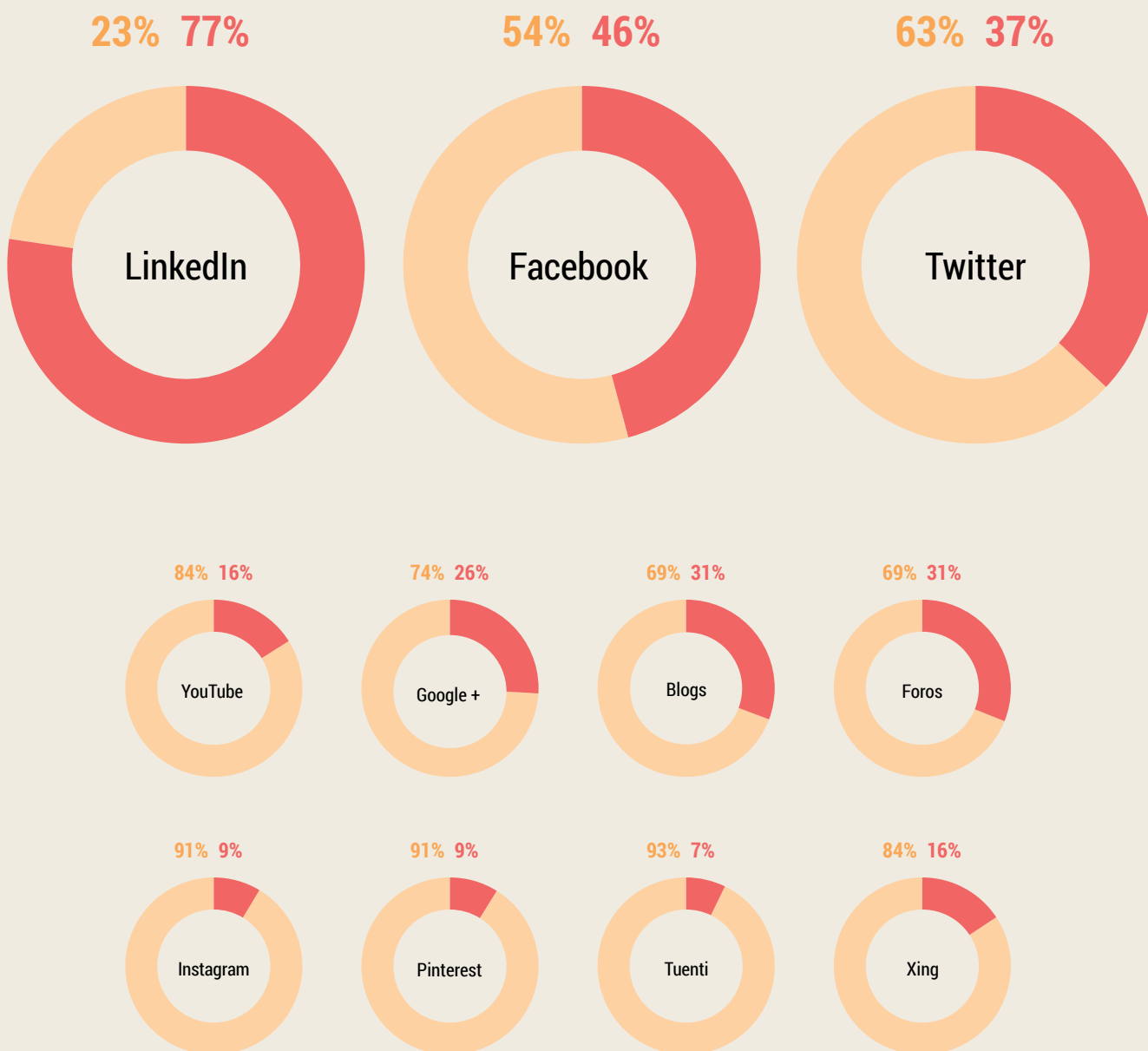
—4.5—

Valora las siguientes Redes Sociales, medios sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo

Son muchos los usuarios que ya han podido evaluar la idoneidad de las Redes Sociales como herramienta para la búsqueda de empleo. **LinkedIn** vuelve a hacerse, un año más, con el título de la

red social profesional por antonomasia, acercándose al 80% de aceptación entre los usuarios. Le siguen, aunque a mucha distancia, Facebook y Twitter.

Idóneo 
 Poco o nada idóneo 



—4.6—

¿Cuánto tiempo dedicas a buscar empleo en Redes Sociales?

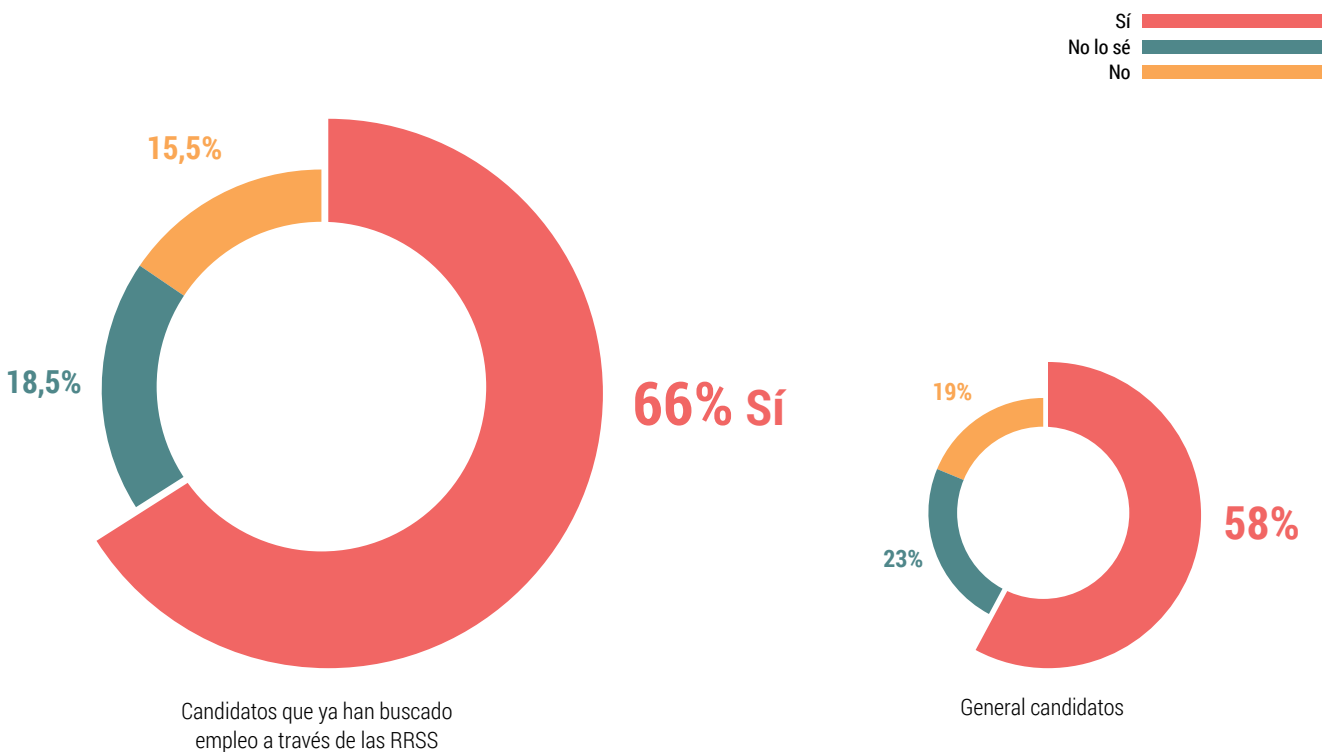
42% Suelo entrar una vez al día a echar un vistazo

32% De media una o dos veces por semana

26% Todos los días al menos dos horas

—4.7—

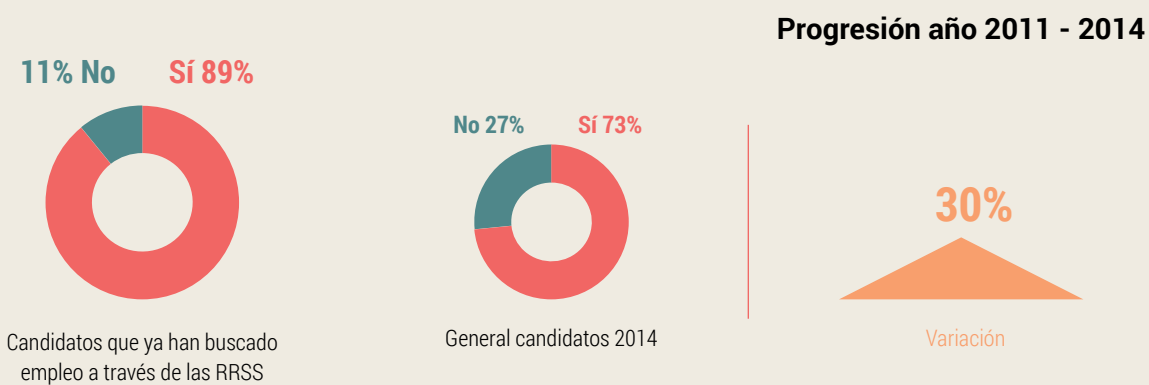
¿Crees que las empresas están utilizando las Redes Sociales para reclutar talento?



—4.8—

¿Alguna vez has enviado tu currículum a una oferta de empleo que has conocido a través de las Redes Sociales?

El número de candidatos que han enviado su currículum a una oferta de empleo que han conocido a través de las Redes Sociales ha aumentado, desde 2011, en un 30%.



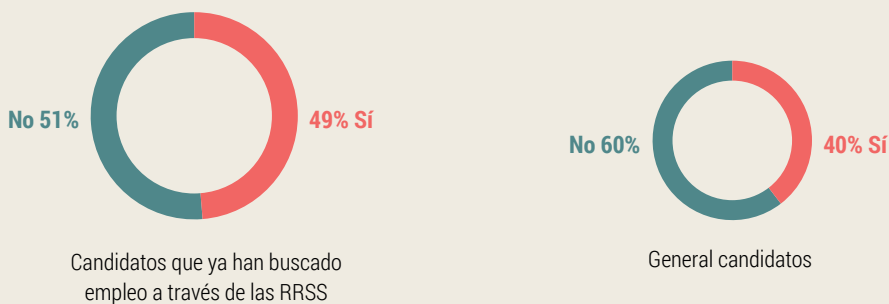
—4.9—

¿Alguna vez te han contactado a través de las Redes Sociales en relación a una oferta de empleo?

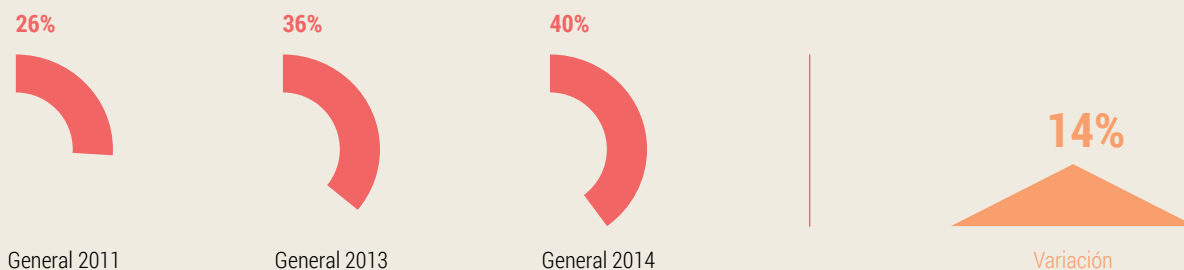
El uso de las Redes Sociales por parte de los candidatos en búsqueda de empleo no deja de crecer, pero también resulta necesario conocer la respuesta que estos están obteniendo por parte de las empresas.

En el global de los candidatos encuestados, **el 40% afirma que se han puesto en contacto con ellos a través de Redes Sociales en relación a una oferta de empleo**, al menos, en una ocasión. Un porcentaje que se

incrementa hasta casi el 50% si tenemos en cuenta únicamente a aquellos usuarios que han buscado trabajo de forma activa a través de alguna Red Social.

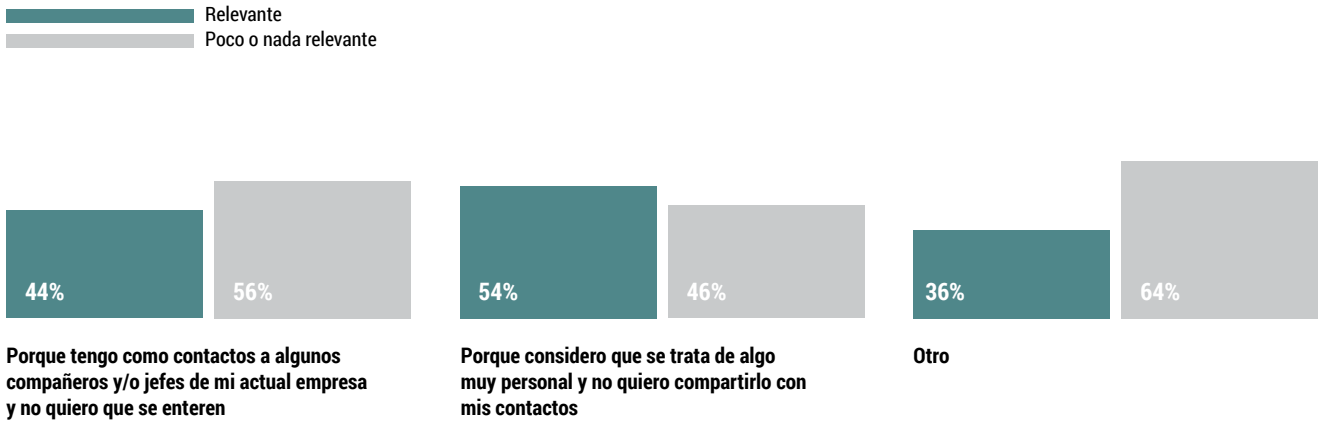


Progresión año 2011 - 2014



—4.10—

¿Cuál o cuáles son los motivos por los que no dirías en las Redes Sociales que buscas empleo?



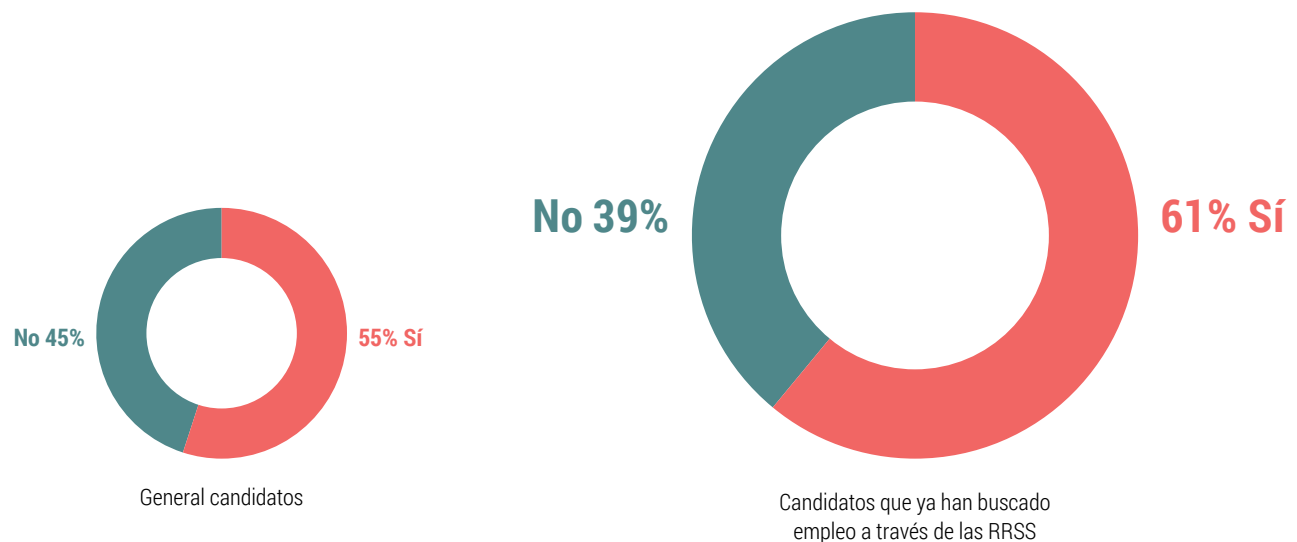
5. REPUTACIÓN ONLINE

—5.1—

Cuando publicas contenidos u opiniones en las Redes Sociales, ¿tienes en mente que alguien pueda evaluar esa información de manera adicional a tu currículum?

Un 55% de los usuarios publican y comparten contenidos en las Redes Sociales siendo conscientes de que pueden ser evaluados por ellos. Artículos y noticias de interés, comentarios, imágenes... Todos ellos son elementos

susceptibles de ser compartidos en RRSS con el objetivo de **ayudar a los candidatos a construir su marca personal**, una huella digital cada vez más valorada por los profesionales de RRHH.



30%

Servicios

11%

Consultoría y Abogados

11%

Tecnología

6%

Industria

4%

Construcción y servicios

4%

Publicidad y Marketing

30%

de 1 a 100 empleados

15%

de 101 a 1000

9%

de 1001 a 5000

9%

más de 5000

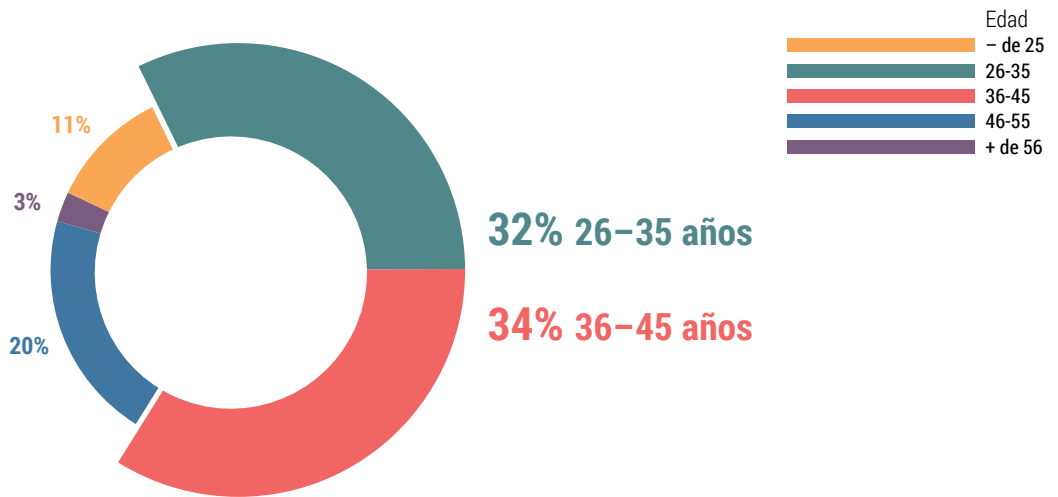
—Parte 2—

PROFESIONALES



1. PERFILES

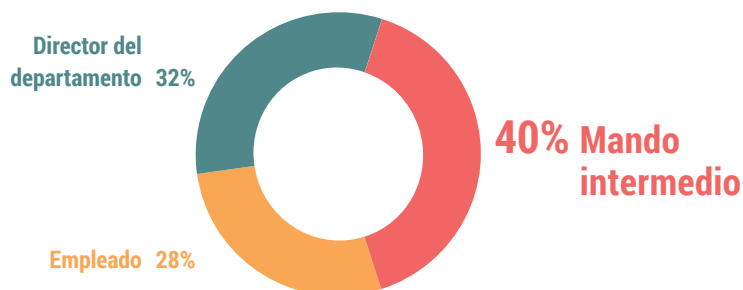
—1.1— Edad



—1.2— Sexo



—1.3— ¿Cuál es su cargo actual en la empresa?



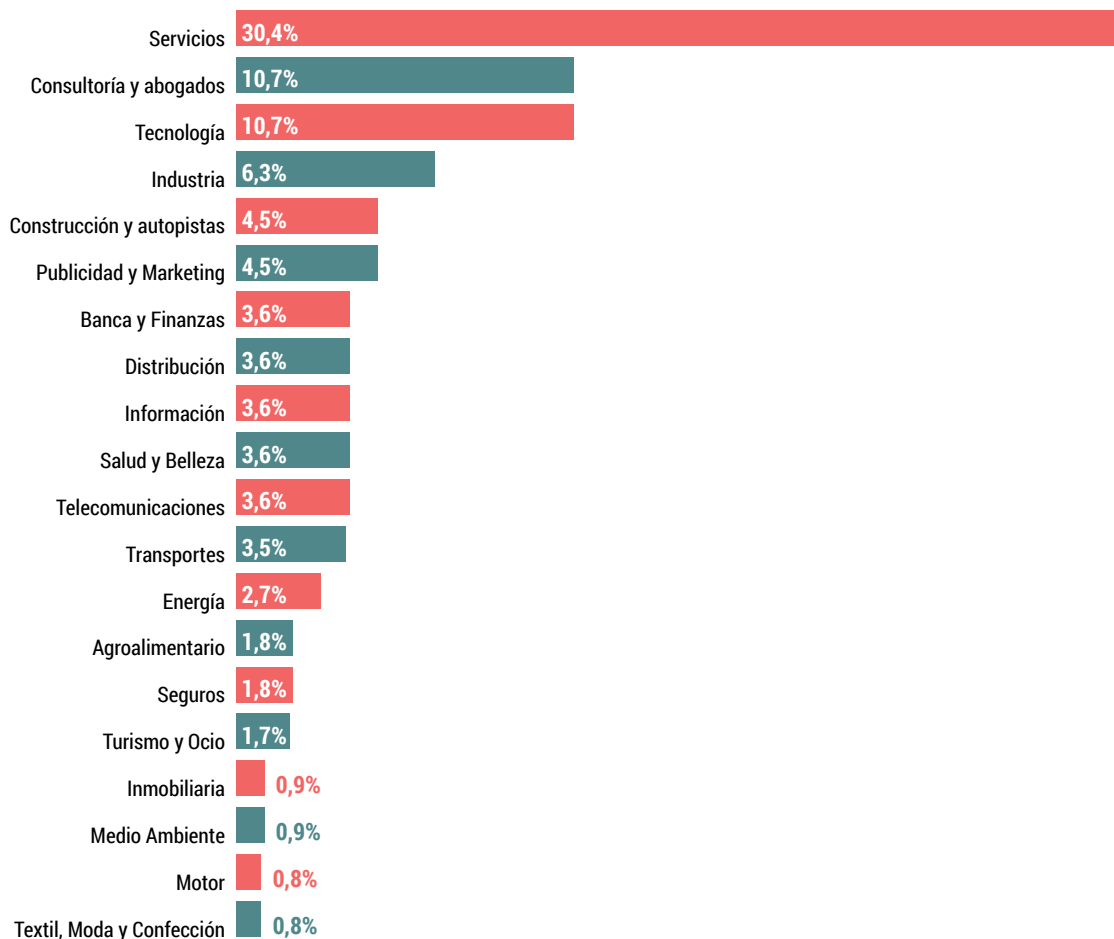
– 1.4 –

Ámbito de la empresa

38% Internacional
37% Nacional
26% Local

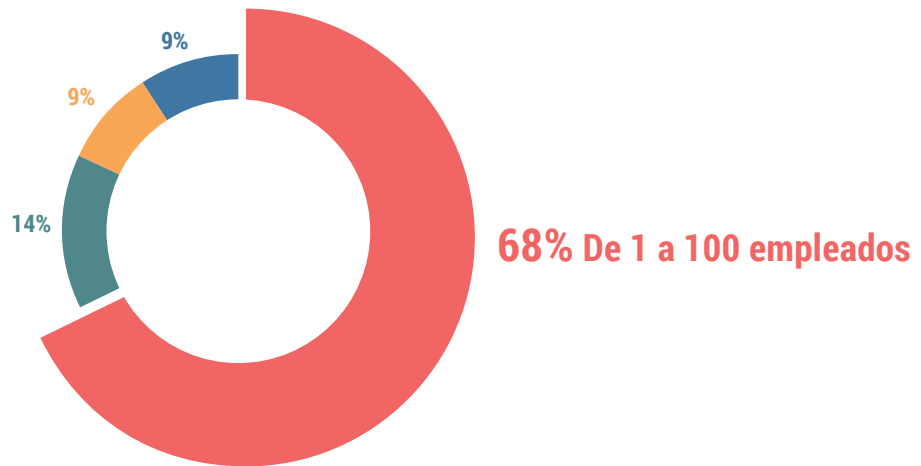
– 1.5 –

¿A qué sector pertenece su empresa?



–1.6.–

Número de empleados de su empresa



2. EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

–2.1.–

¿Hace cuánto tiempo que utiliza las Redes Sociales? (Candidatos vs. Profesionales de Recursos Humanos)

Los profesionales de Recursos Humanos son, en su gran mayoría, usuarios con cierta experiencia en el uso de las Redes Sociales. De hecho, **más del 80% de los profesionales encuestados afirman que las utilizan desde hace más de 3 años.**



–2.2–

¿De cuáles de las siguientes Redes Sociales o comunidades online es usuario activo?

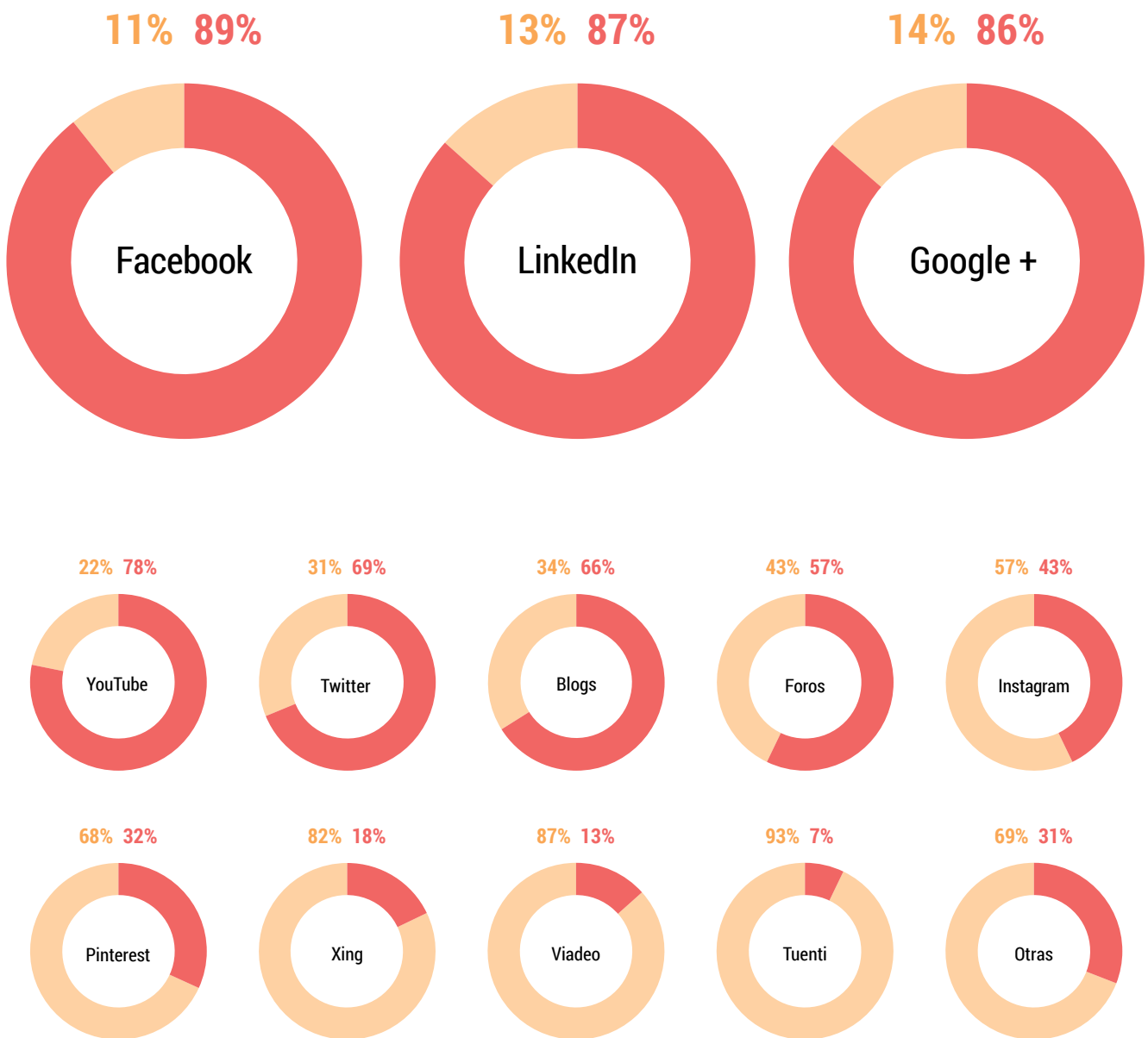
Facebook, LinkedIn y Google+ son las Redes Sociales más utilizadas entre los profesionales de Recursos Humanos, con porcentajes que se mueven entre el 85% y el 90% de actividad. Los foros y los blogs, aunque no responden a lo que teóricamente se entiende por una Red Social, también son plataformas muy utilizadas por los

reclutadores. Viadeo y Xing, a pesar de ser RRSS de ámbito profesional, aparecen entre las últimas posiciones.

En este último año, todas las Redes Sociales analizadas, a excepción de Tuenti, **han experimentado un incremento de usuarios activos**. Destaca especialmente el creci-

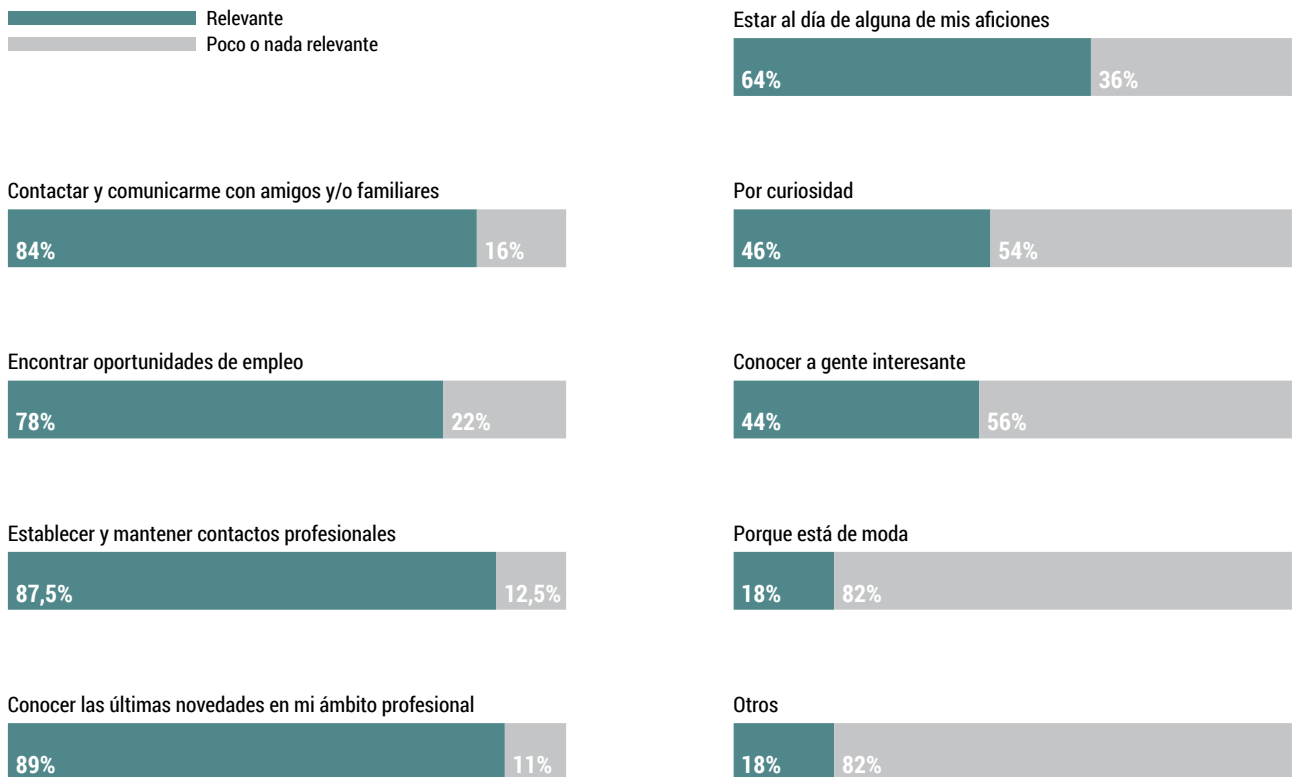
miento de LinkedIn y de Twitter. La primera, convertida ya en la Red Social de profesionales por excelencia, ha sumado un 7% de usuarios activos, llegando a rozar el 90%; Twitter, por su parte, ha visto cómo en este último año la actividad de los profesionales de Recursos Humanos crecía un 15% con respecto a 2013.

Activo 
Nada activo 



–2.3–

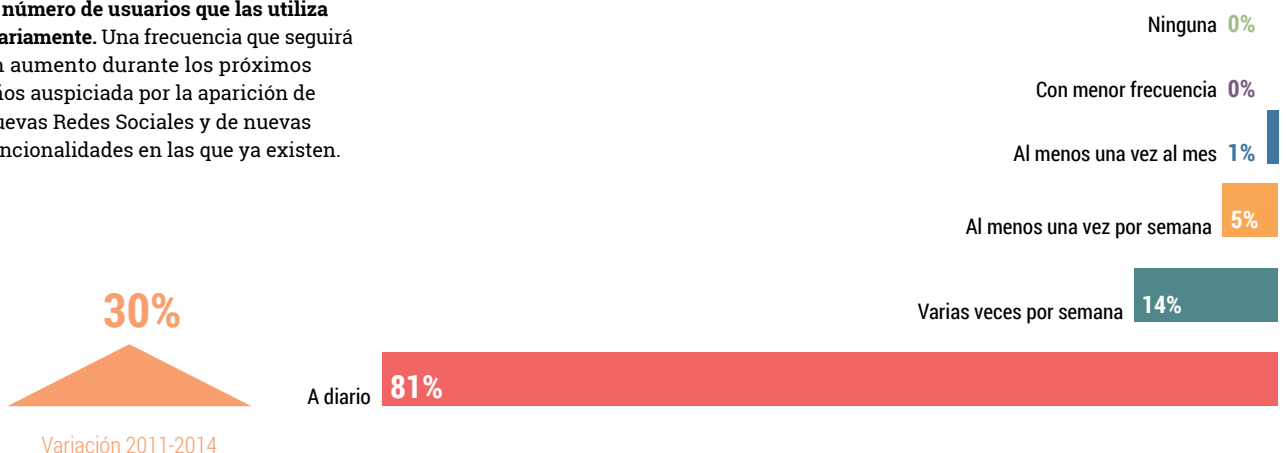
Valore cuáles son los motivos principales por los que abrió su(s) cuenta(s) en las Redes Sociales



–2.4–

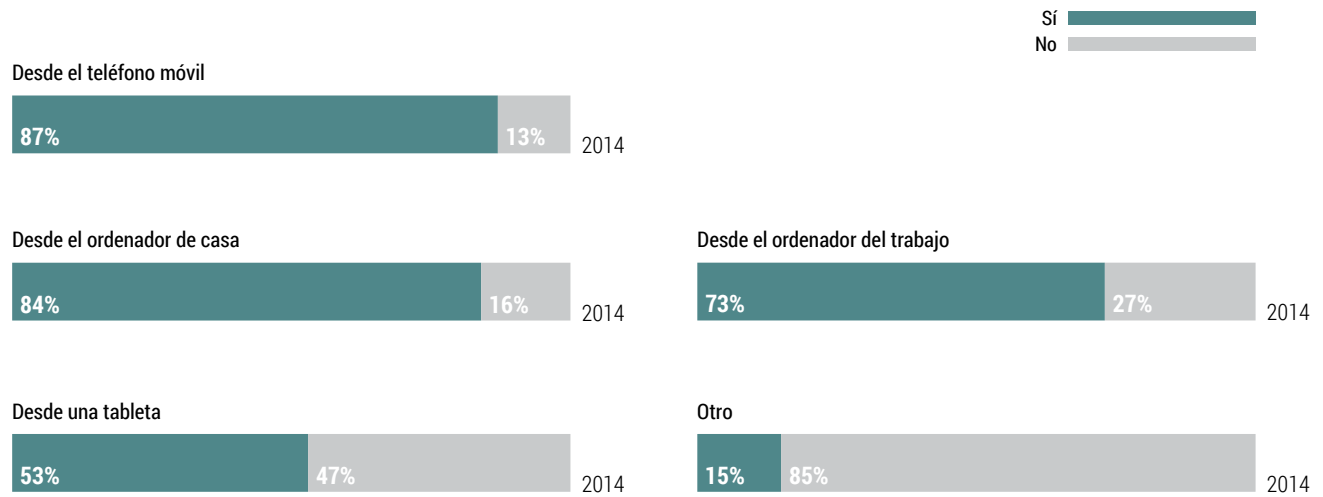
¿Con qué frecuencia accede a las Redes Sociales?

Desde 2011 los profesionales de RRHH han ido integrando cada vez más las Redes Sociales en sus vidas, lo que se traduce en **un incremento del 30% en el número de usuarios que las utiliza diariamente**. Una frecuencia que seguirá en aumento durante los próximos años auspiciada por la aparición de nuevas Redes Sociales y de nuevas funcionalidades en las que ya existen.



—2.5—

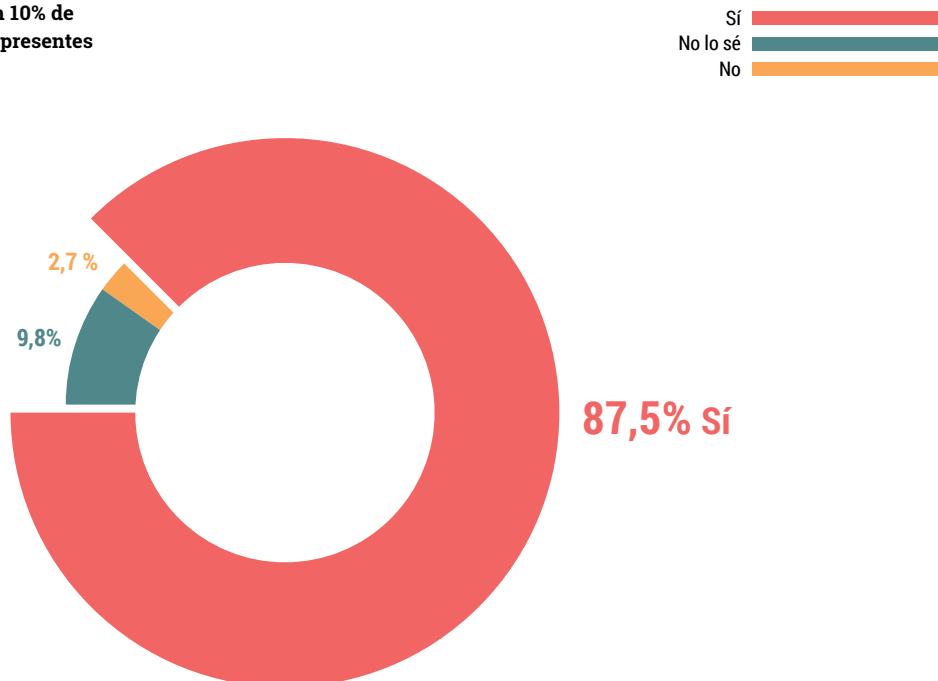
¿Desde dónde suele acceder a las Redes Sociales?



—2.6.—

¿Tiene su empresa algún tipo de presencia en Redes Sociales?

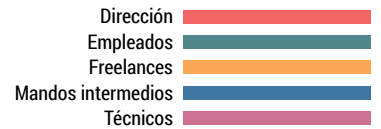
La mayoría de las empresas que han participado en esta encuesta tienen algún tipo de presencia en Redes Sociales, algo que hoy en día parece totalmente extendido en el mundo empresarial. Es por ello que **sorprende aún más que haya un 10% de compañías que todavía no están presentes en ninguna RRSS.**



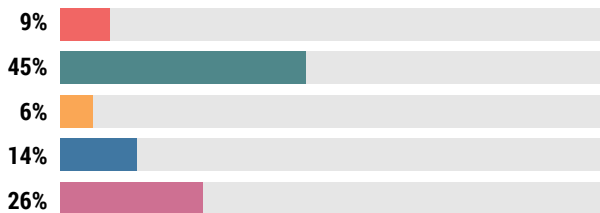
3. MEDIOS HABITUALES DE RECLUTAMIENTO DE TALENTO

—3.1—

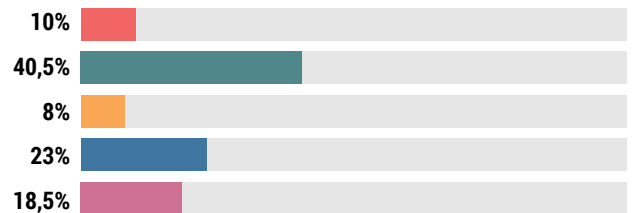
¿Qué medios utiliza para entrar en contacto con los posibles candidatos para los puestos que desea cubrir?



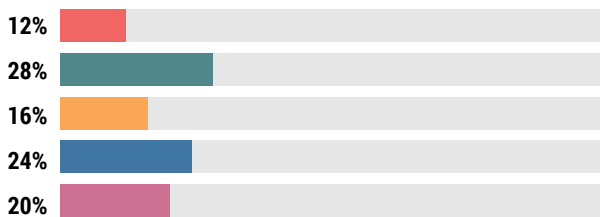
Portales de empleo en Internet



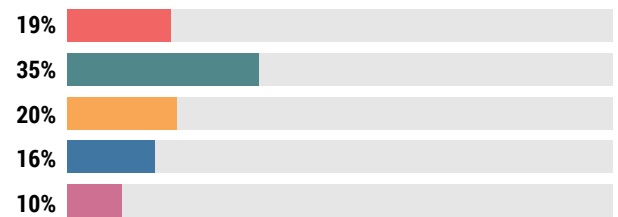
Web corporativa



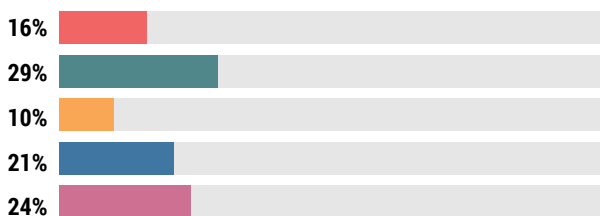
Redes sociales



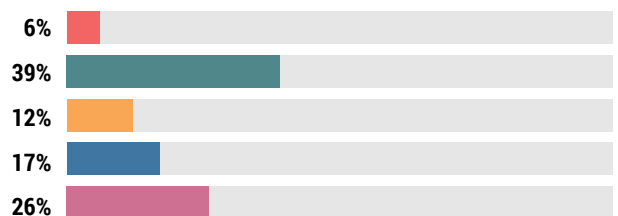
Prensa



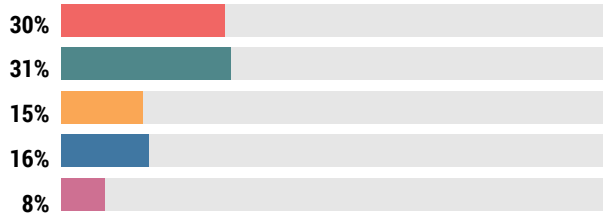
Asociaciones profesionales



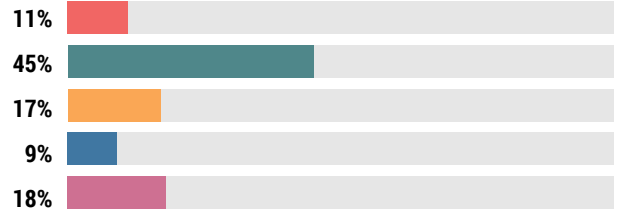
Centros de formación



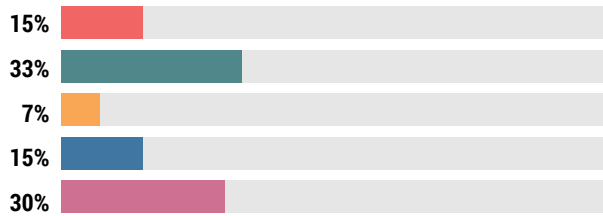
Empresas de selección



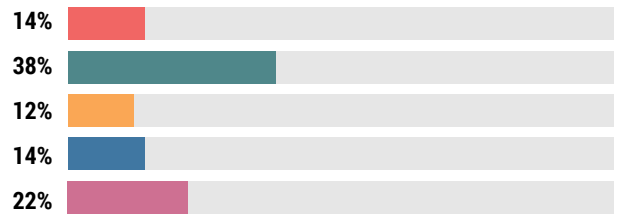
SEPE



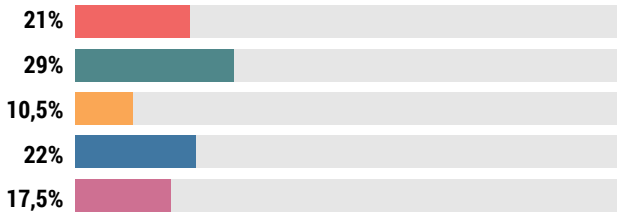
Presentación Universidad



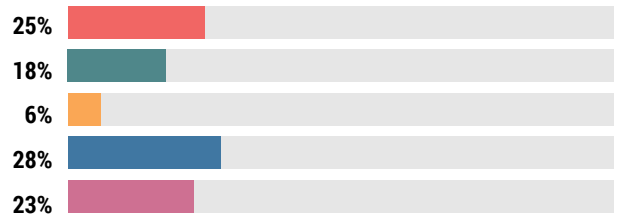
Foro de empleo



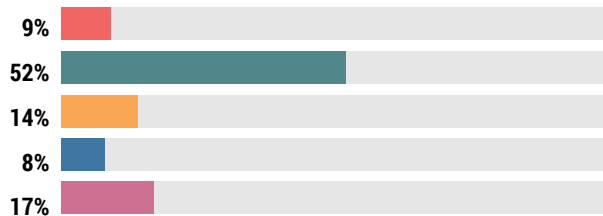
Contactos personales



Promoción interna



Candidaturas espontáneas



–3.2–

Evalúe el éxito en la contratación en los siguientes medios para entrar en contacto con los candidatos

En estos últimos años estamos viviendo una **importante (re)evolución en nuestra forma de comunicarnos**, producto del vertiginoso avance tecnológico, la explosión de Internet, la democratización de las Redes Sociales tanto a nivel social como profesional, la disminución de los recursos disponibles provocada por crisis económica, la geolocalización, etc.

Los Recursos Humanos no son ajenos a estos cambios. Y el mejor ejemplo de ello lo encontramos en LinkedIn, una Red Social que, en apenas 10 años, se ha convertido en uno de los canales de reclutamiento y *employer branding* mejor valorados. Y al igual que han

llegado nuevos medios de captación de talento, otros más tradicionales han ido desapareciendo o reduciendo su presencia y efectividad de manera considerable: SEPE, anuncios en prensa, foros de empleo...

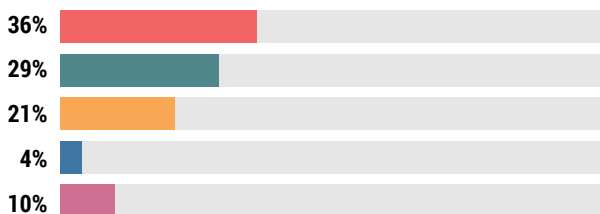
Los **portales web de empleo** siguen siendo el medio mejor valorado por los responsables de Recursos Humanos para reclutar talento en España. Un 65% considera satisfactoria o muy satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de ellos. Le siguen los **contactos personales**, otro de los medios mejor valorados por los profesionales encargados del reclutamiento y selección de las empresas, que los consideran

herramientas efectivas (38%) o muy efectivas (27%) para realizar su trabajo. Además, la valoración positiva de las **Redes Sociales** como canal para reclutar candidatos sube un 10% en este último año, hasta el 45% de satisfacción de los profesionales de RRHH.

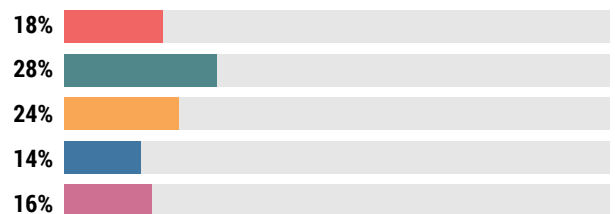
En el otro lado de la balanza nos encontramos con canales más convencionales, como el **SEPE**, las **presentaciones en la Universidad** o los **Foros y Ferias de empleo**, que siguen recogiendo opiniones negativas o muy negativas por parte de los profesionales de selección y Recursos Humanos.



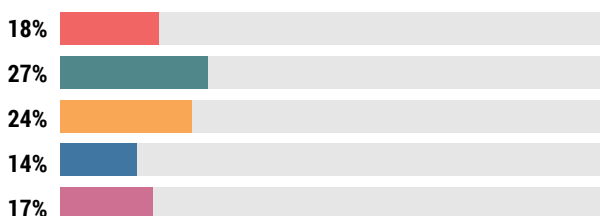
Portales de empleo en Internet



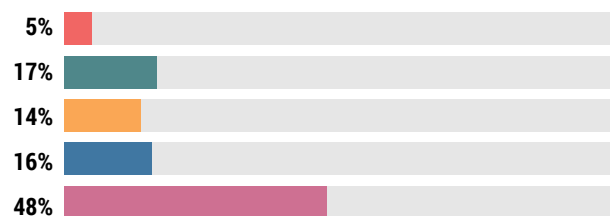
Web corporativa



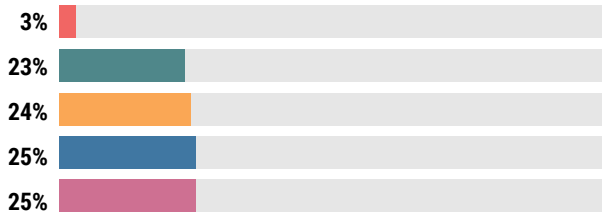
Redes sociales



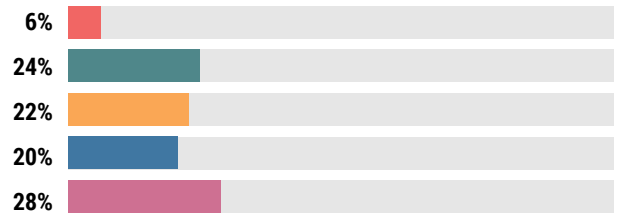
Prensa



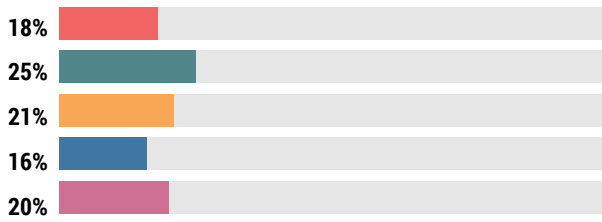
Asociaciones profesionales



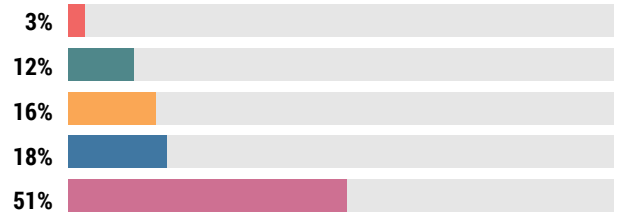
Centros de formación



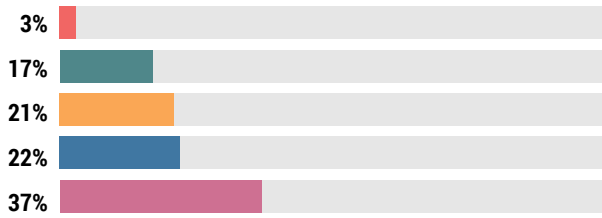
Empresas de selección



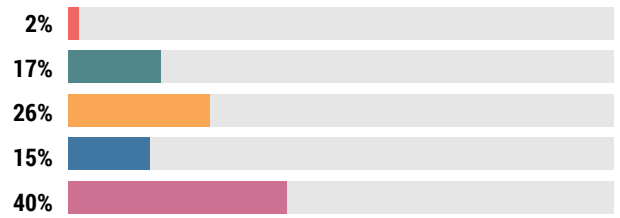
SEPE



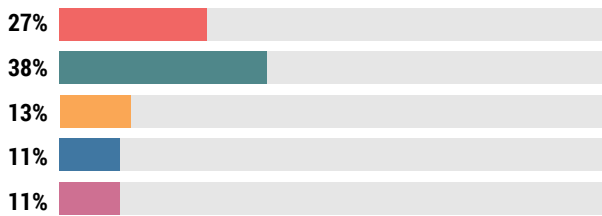
Presentación Universidad



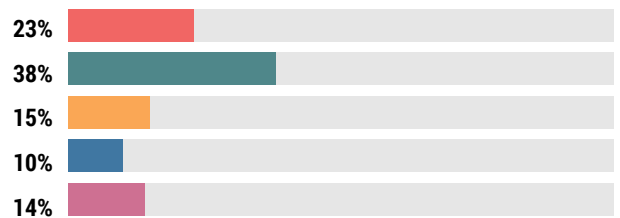
Foro de empleo



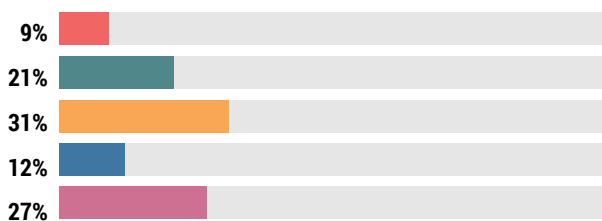
Contactos personales



Promoción interna



Candidaturas espontáneas



—3.3—

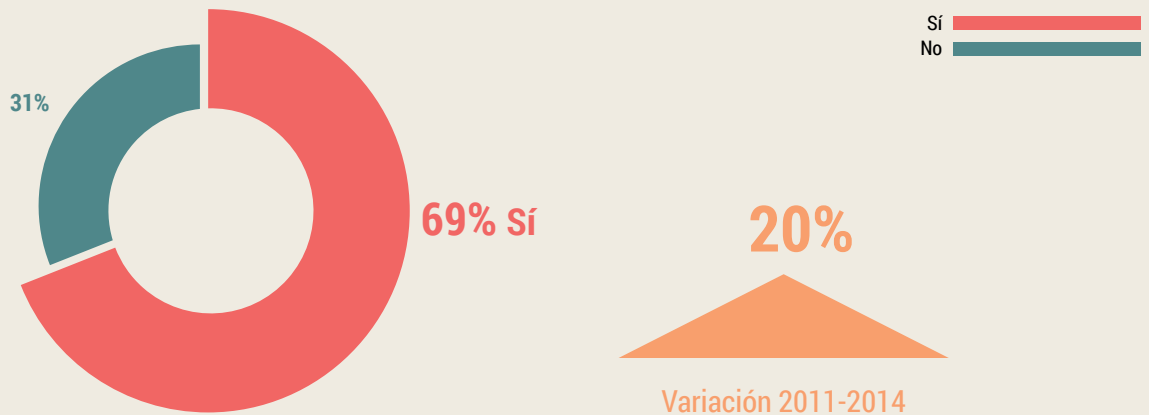
¿Su empresa o usted han utilizado alguna vez las Redes Sociales para reclutar talento?

El uso de las Redes Sociales como medio para reclutar candidatos ha aumentado un 12% en el último año, y acumula ya un crecimiento total del 20% desde la primera edición de este Informe, en 2011. Cada vez son más las compañías que, siendo conscientes de que no hay mejor candidato

que el que ya es fan de tu marca, sigue tus actualizaciones y encaja con la cultura de la empresa, utilizan sus perfiles en RRSS para publicar sus ofertas de empleo.

Además, son muchas las herramientas que están surgiendo para difundir las ofertas

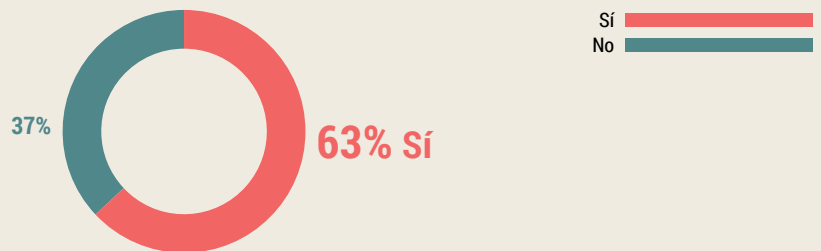
de empleo a través de las Redes Sociales y eso hace que las empresas multipliquen su presencia en ellas. Gratuitas o no, son una plataforma de difusión que los profesionales están sabiendo aprovechar para llegar a las comunidades de talento.



—3.4—

¿Tiene pensado utilizar las Redes Sociales para reclutar talento en el corto plazo?

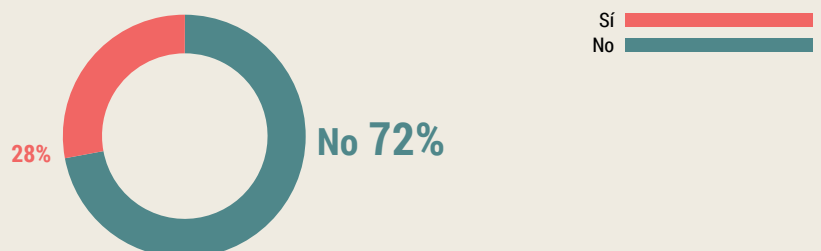
Más del 60% de las empresas de nuestro país tienen previsto utilizar las Redes Sociales para reclutar talento en los próximos meses, un 10% más que en 2013.



—3.5—

¿Existe una partida dentro del presupuesto del Departamento de Recursos Humanos para reclutar a través de las Redes Sociales?

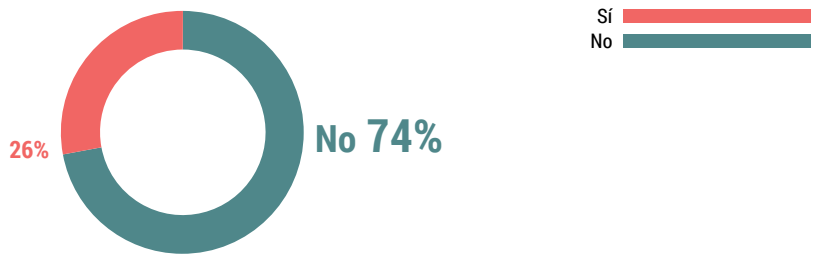
Aunque la utilización de las Redes Sociales para reclutar talento está en auge, la gran mayoría de las empresas sigue sin invertir en este medio.



—3.6—

¿Y para realizar acciones de Employer Branding a través de las Redes Sociales?

Las Redes Sociales son el canal ideal para atraer y fidelizar el talento de una compañía, pero por el momento apenas se destinan recursos económicos que ayuden a construir y mejorar la imagen de Marca de los empleadores.



—3.7—

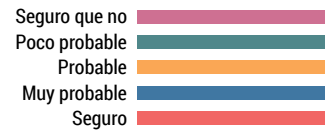
¿Qué medios considera que va a utilizar dentro de dos años para buscar candidatos?

La mayoría de los responsables de Recursos Humanos, al ser preguntados por los medios de reclutamiento que utilizarán en un futuro cercano, afirman que **las Redes Sociales** serán, con total probabilidad, una de las herramientas más utilizadas por las empresas para captar talento. Le acompañarán en el proceso los **portales de empleo** y las propias **webs de las compañías**, que serán otra de las fuentes de reclutamiento más utilizadas en el plazo de dos años.

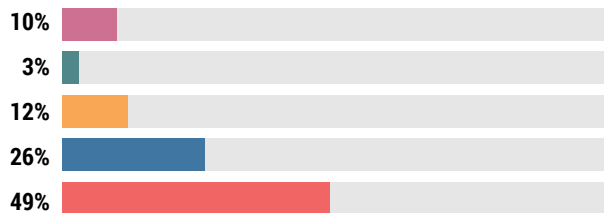
Los **contactos personales** y la **promoción interna**, como ya viene siendo habitual en la actualidad, seguirán formando parte del "mix" de medios que emplearán las empresas de nuestro país para reclutar candidatos.

Casi todos los profesionales consultados apuestan también por la **aparición en el futuro de nuevos medios** que, con total seguridad, vuelvan a revolucionar la

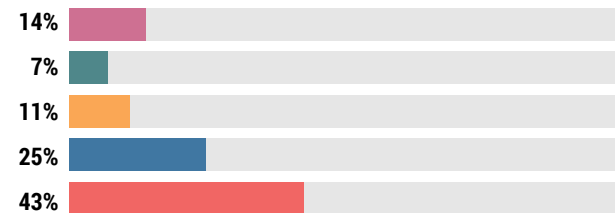
forma de comunicarse y conectar con los candidatos y futuros trabajadores de las empresas.



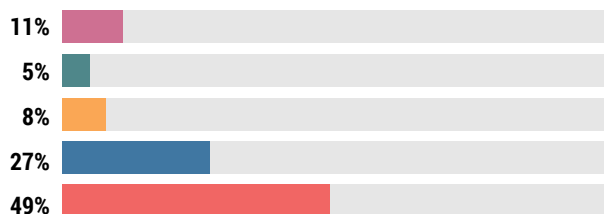
Portales de empleo en Internet



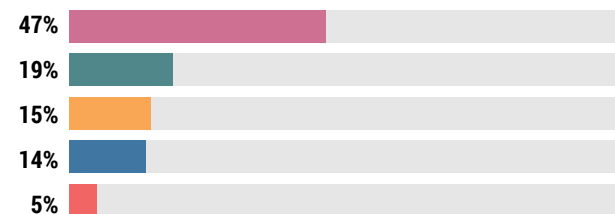
Web corporativa



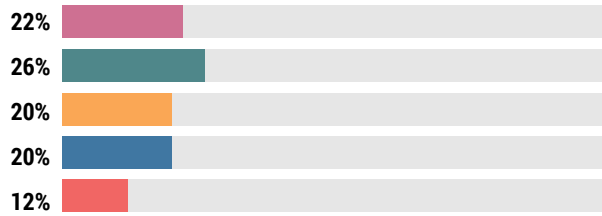
Redes sociales



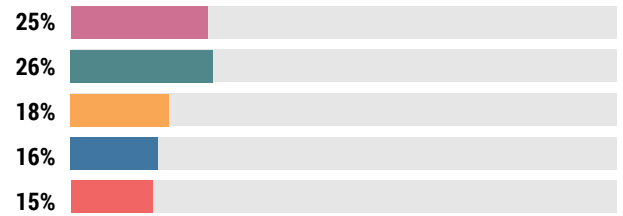
Prensa



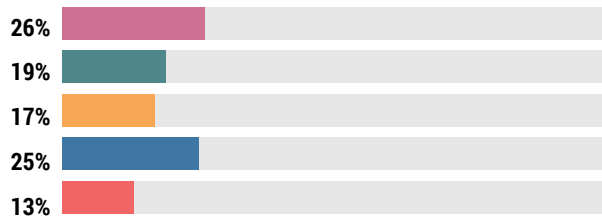
Asociaciones profesionales



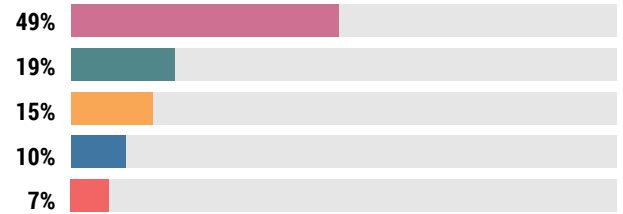
Centros de formación



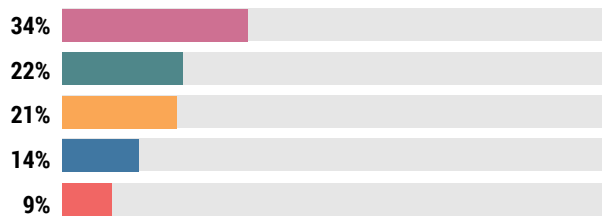
Empresas de selección



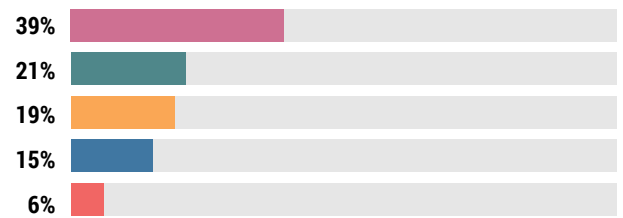
SEPE



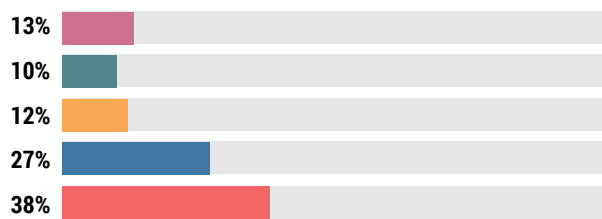
Presentación Universidad



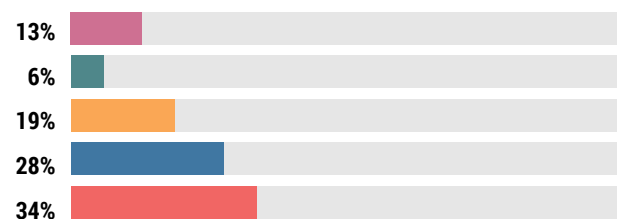
Foro de empleo



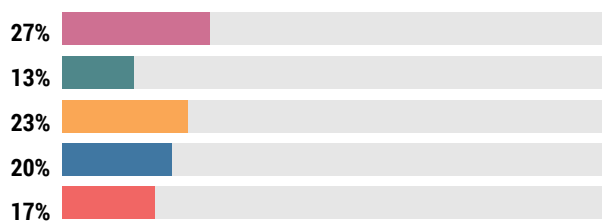
Contactos personales



Promoción interna



Candidaturas espontáneas



4. RECLUTAMIENTO DE TALENTO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

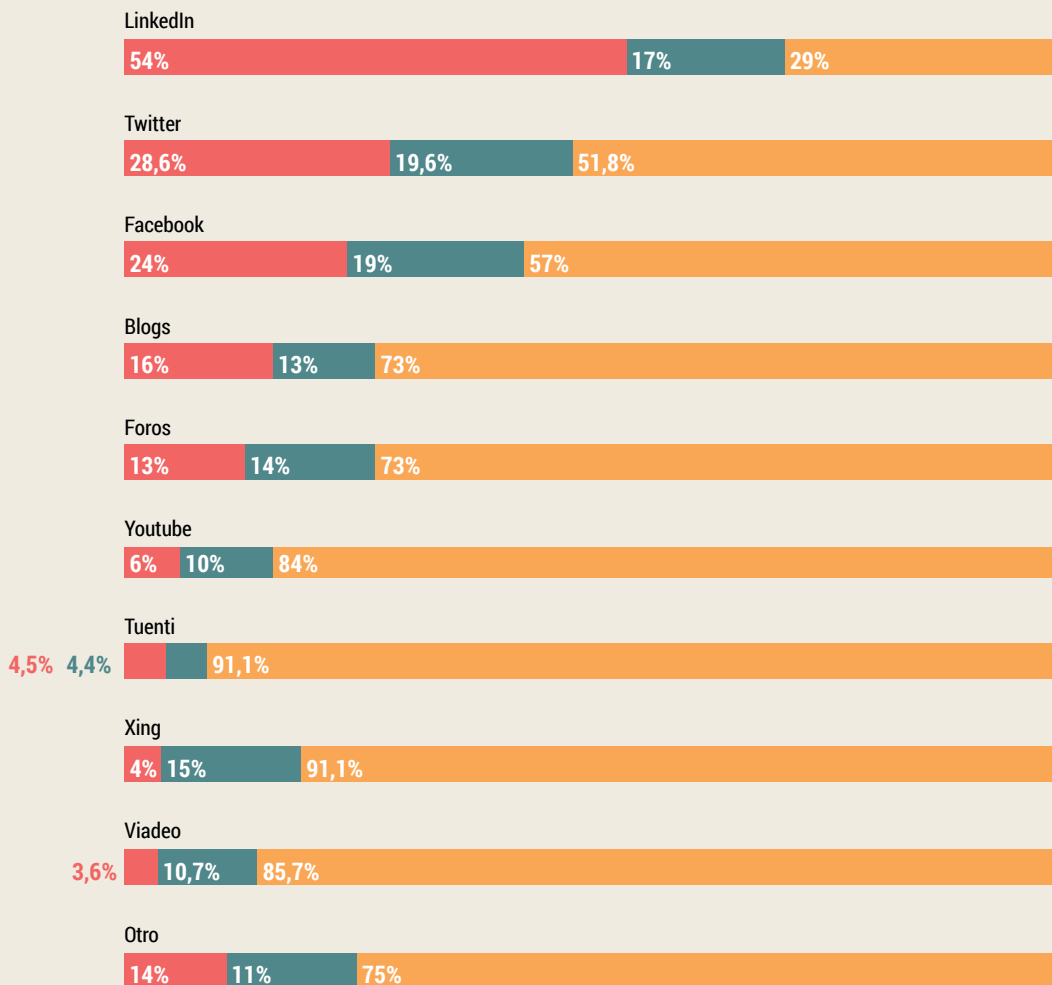
—4.1—

¿Qué Redes Sociales, comunidades online o medios sociales han utilizado para reclutar en su empresa?

LinkedIn es, un año más y por mayoría, la Red Social más utilizada por las empresas españolas para reclutar talento. El 54% de los encuestados recurren siempre a ella para atraer a futuros empleados, a lo que hay que sumar un 17% que recurre a ella de forma ocasional cuando necesita aumentar su plantilla. **Twitter** se convierte en la Red Social que más ha crecido en este último año (+23%), y en la segunda RRSS más

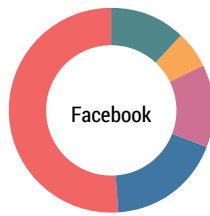
utilizada como fuente de reclutamiento. **Facebook** ralentiza su ritmo de crecimiento (+5%), pero se mantiene en tercera posición. En términos globales, desde 2011, las Redes Sociales que más han incrementado su uso por parte de los profesionales de RRHH para captar candidatos son: LinkedIn, con una subida del 30%; Facebook, con el 17%; y Twitter, con un 11%.

Siempre
A veces
Nunca

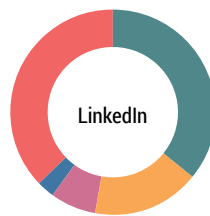


—4.2—

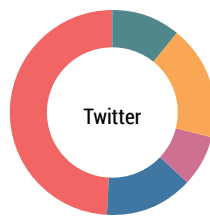
¿Qué tipo de estrategia de reclutamiento desarrolla su empresa en cada red social?



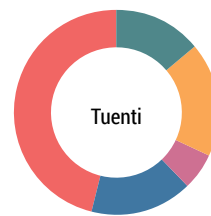
12% 6% 13% 18% 51%



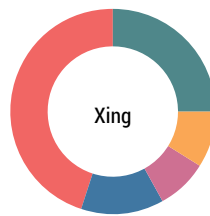
36% 17% 7% 3% 37%



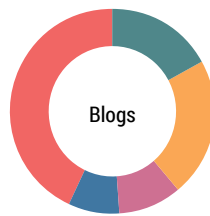
11% 18% 8% 14% 49%



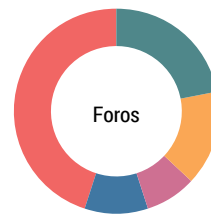
14% 18% 6% 16% 46%



25% 9% 8% 13% 45%



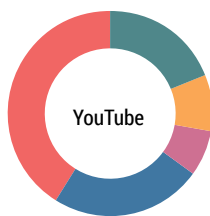
17% 22% 10% 8% 43%



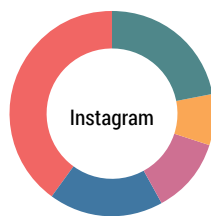
22% 15% 8% 10% 45%



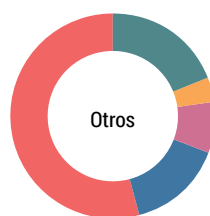
18% 11% 10% 12% 39%



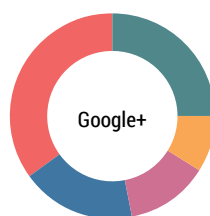
19% 9% 7% 24% 41%



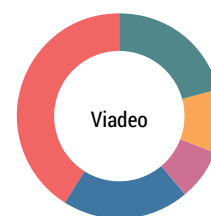
22% 8% 12% 18% 40%



19% 4% 8% 15% 54%



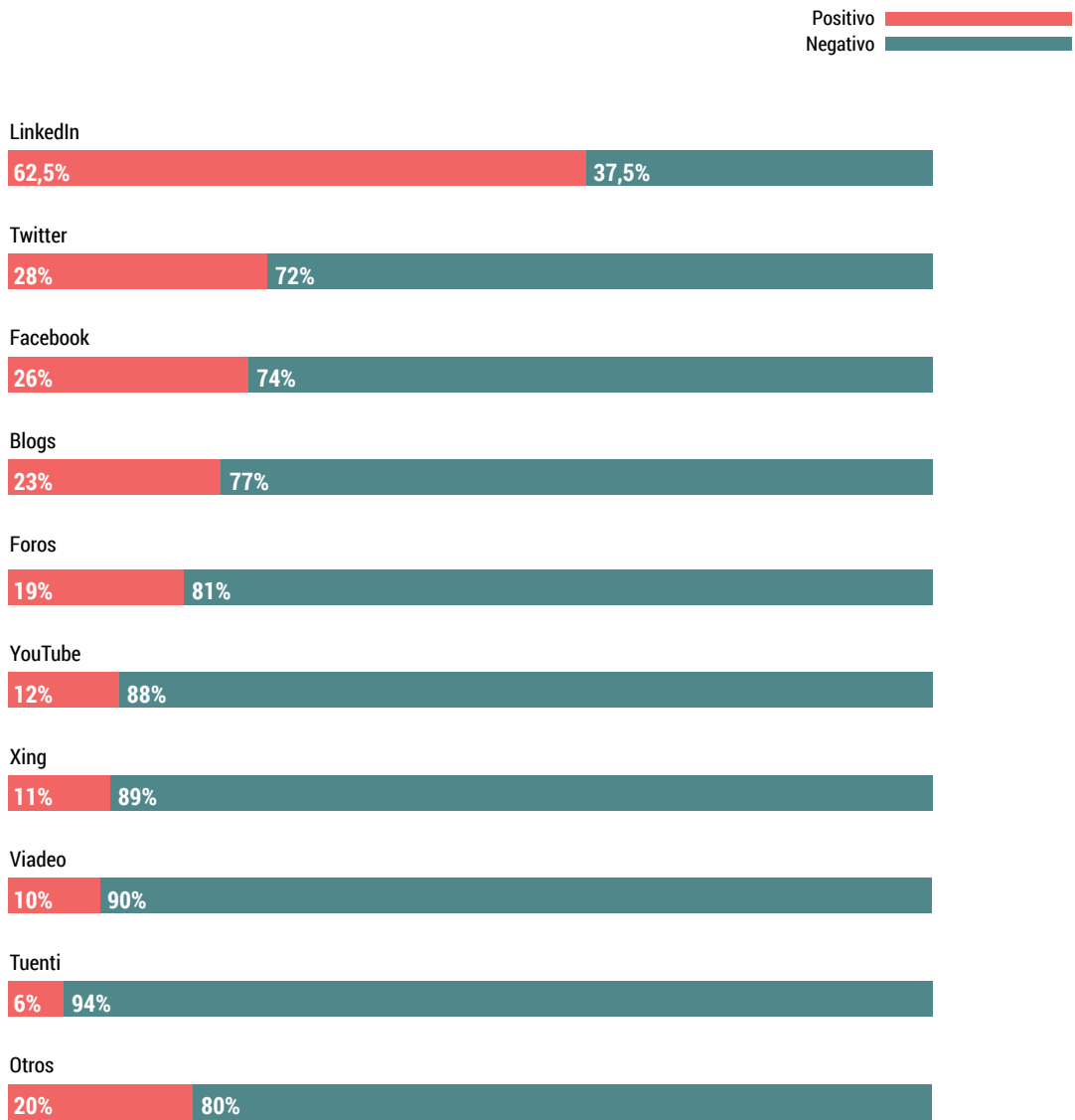
25% 9% 13% 18% 35%



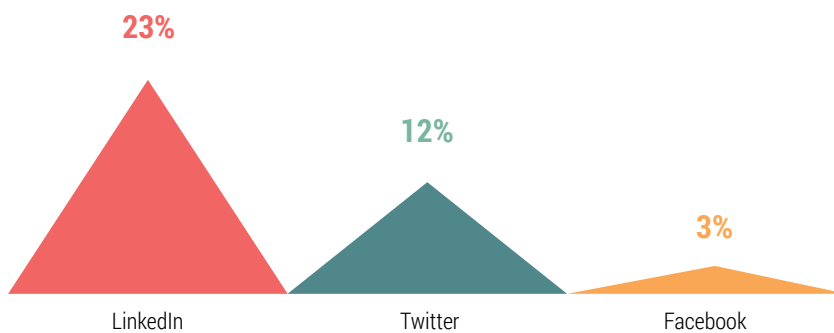
21% 10% 8% 20% 41%

—4.3—

Evalúe el éxito en la contratación a través de las Redes Sociales que han utilizado en su empresa para captar talento



Progresión año 2011 - 2014



—4.4—

Valore, en una escala del 1 al 5, las siguientes afirmaciones:

De acuerdo 
 Poco o nada de acuerdo 

En el futuro del reclutamiento profesional las Redes Sociales juegan un papel importante



Captar talento a través de las Redes Sociales supone una mayor optimización del proceso y un ahorro de costes para el departamento de RRHH



Las Redes Sociales son un elemento muy importante para ser competitivo a la hora de reclutar el mejor talento posible



Las empresas que reclutan talento a través de las Redes Sociales consiguen una mejor imagen que las que no lo hacen



El reclutamiento a través de las Redes Sociales supone una mayor afinidad de los candidatos al perfil buscado por la empresa



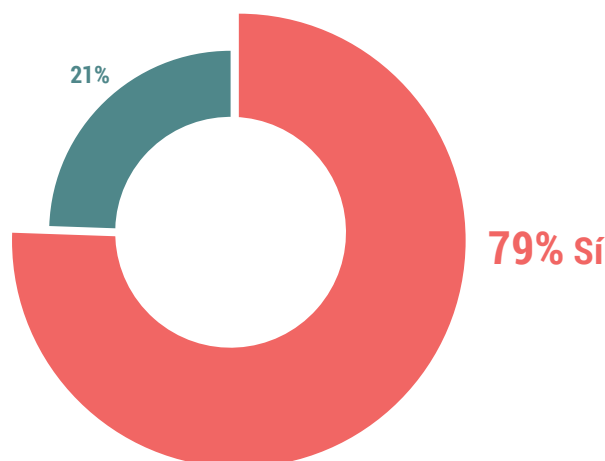
El reclutamiento en Redes Sociales eliminará cualquier otra forma de reclutamiento



—4.5—

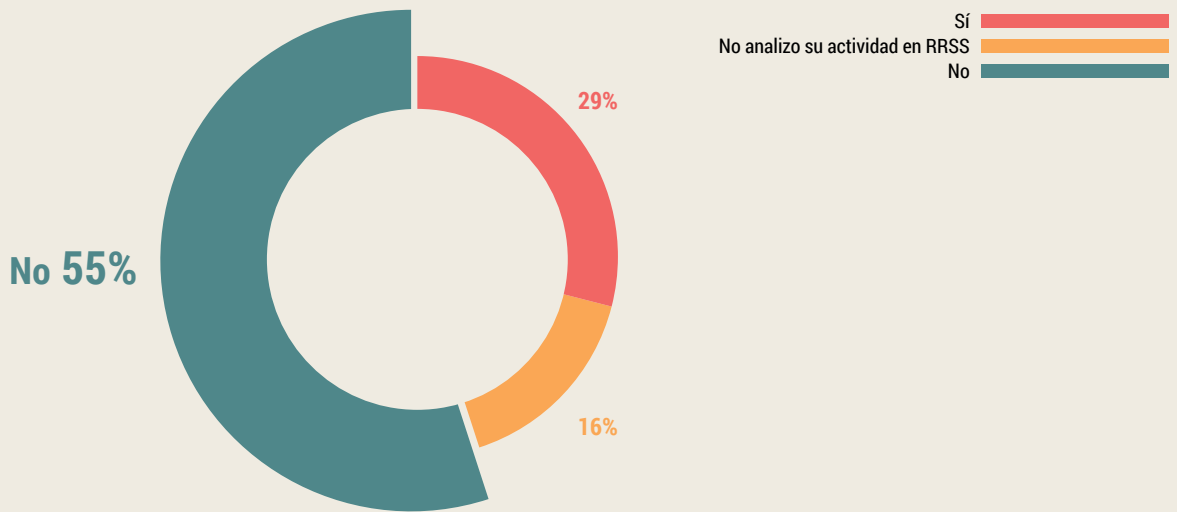
¿Considera que el candidato activo en Redes Sociales tiene más oportunidades laborales que el que inactivo?

Sí 
 No 



—4.6—

¿Alguna vez ha seleccionado a un candidato por su actividad en las Redes Sociales?



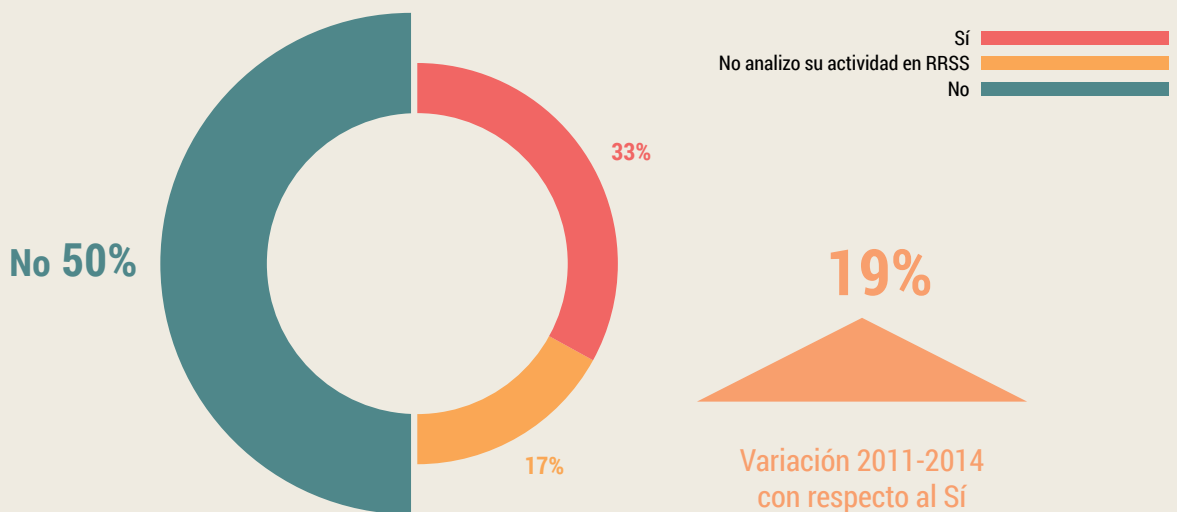
—4.7—

¿Alguna vez ha rechazado a un candidato por su actividad en las Redes Sociales?

A pesar de que las Redes Sociales tienen un peso cada vez mayor en el CV de los candidatos, la mayoría de las empresas españolas todavía no han integrado de forma relevante esta vía de captación del talento en sus procesos de selección. **Durante este último año tan sólo un 29% de las empresas han seleccionado a un candidato por su actividad en las Redes**

Sociales, un porcentaje que sube hasta el 33% cuando se trata de desestimar la candidatura de un aspirante a un puesto de trabajo por su actividad en RRSS. Puede que estas cifras todavía no sean muy representativas, pero lo que ya es una realidad es que tanto las empresas como los candidatos son cada vez más conscientes de la importancia que tiene

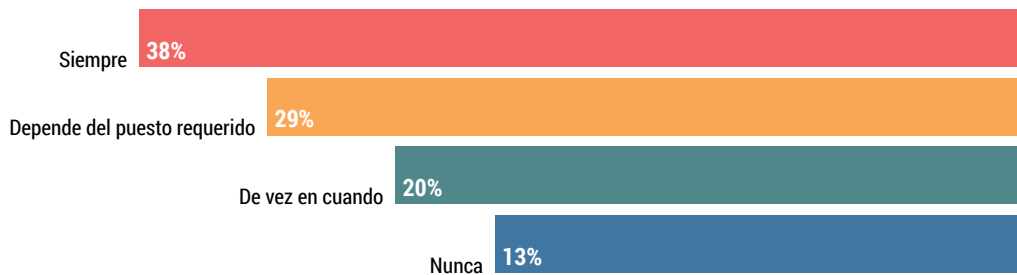
cuidar la imagen que se proyecta en la Red, conocida como **identidad digital o 2.0**. Y cabe también destacar que, para determinados sectores como marketing, comunicación, diseño gráfico o nuevas tecnologías, el peso de la identidad digital de los usuarios es mucho mayor que en otras áreas profesionales.



5. REPUTACIÓN ONLINE

—5.1—

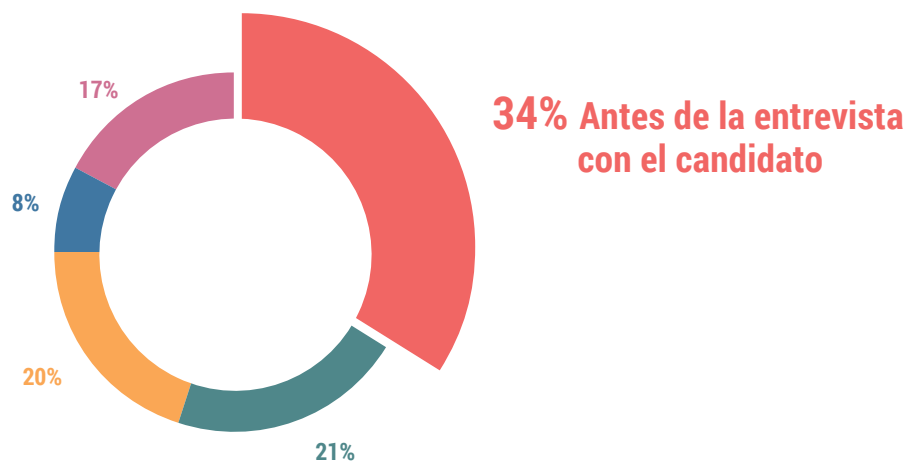
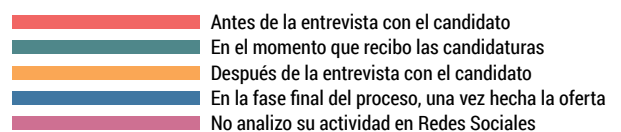
A la hora de seleccionar candidatos, ¿tiene en cuenta su reputación online?



—5.2—

¿En qué momento analiza la actividad y reputación del candidato en las Redes Sociales?

Con el objetivo de complementar la visión que aporta el curriculum vitae de los candidatos, las empresas suelen analizar su actividad y reputación en Redes Sociales antes de realizar la entrevista. **El instante en el que reciben las candidaturas y después de realizar la entrevista con el candidato** son los otros dos momentos en los que los profesionales de Recursos Humanos consultan los perfiles en RRSS de los candidatos.



—5.3—

¿Qué perfiles del candidato en las Redes Sociales son los que suele mirar para obtener información sobre su reputación?

LinkedIn y Twitter son las Redes Sociales que más han aumentado su peso como referentes a los que acuden los profesionales de RRHH en España para obtener información sobre la reputación online de los candidatos. El incremento

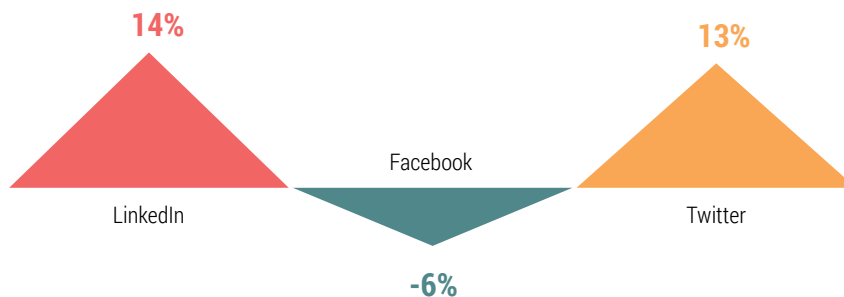
desde 2011 ha sido, respectivamente, de un 14% y un 13%. Facebook, a pesar de seguir siendo la segunda RRSS a la que más acuden los reclutadores para obtener información sobre los candidatos, pierde peso y cae un 6% con respecto a 2011.

LinkedIn 78%

Facebook 64%

Twitter 41% **Tuenti** 2% **Xing** 2% **Viadeo** 2%

Progresión año 2011 - 2014



Estudio realizado por:

infoempleo.com

En colaboración con:

