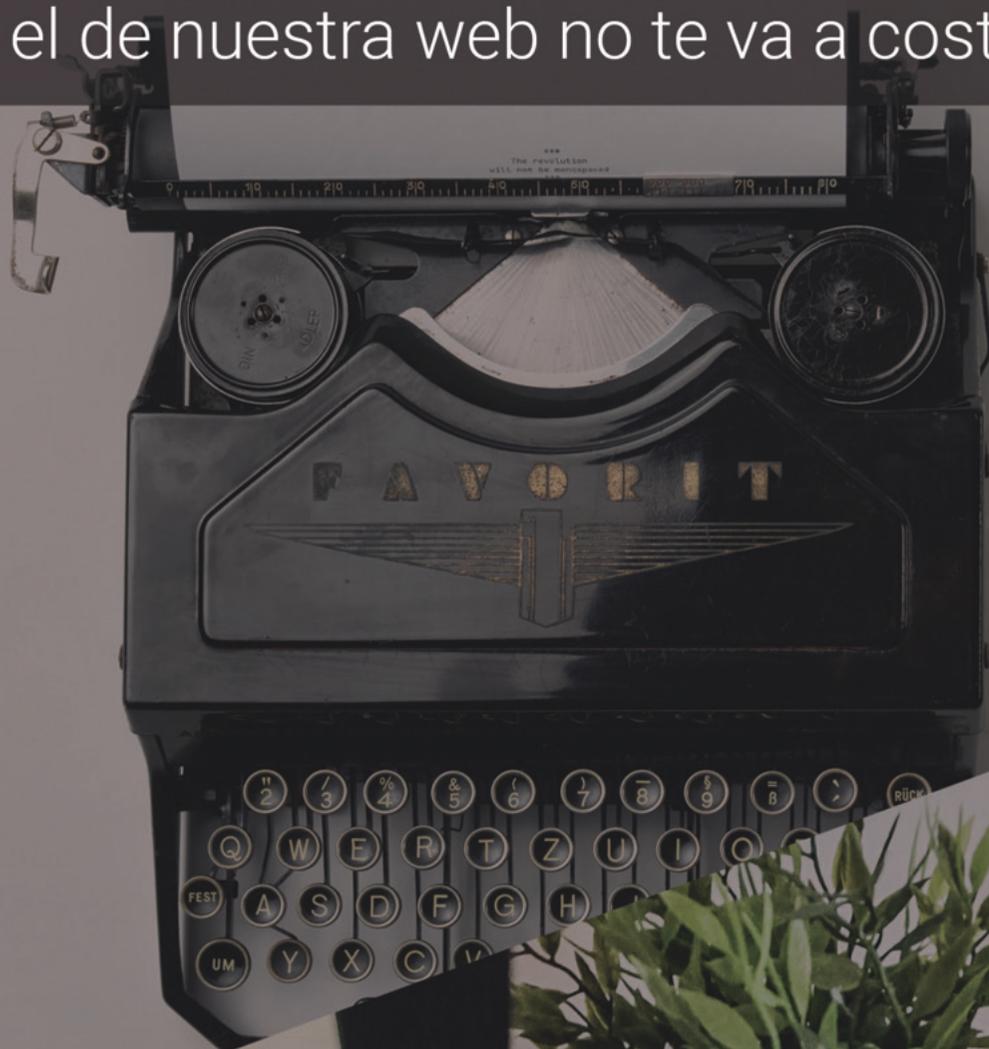


INFORME 2015
INFOEMPLO-ADECCO

REDES SOCIALES Y MERCADO DE TRABAJO

No siempre es fácil adaptarse a los cambios,
pero el de nuestra web no te va a costar nada.



Conoce el nuevo
infoempleo



SOBRE ESTE ESTUDIO

En su cuarta edición, el Informe Infoempleo - Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España profundiza en el impacto y la evolución que los social media están teniendo como herramienta de intermediación laboral entre los profesionales de Recursos Humanos y los candidatos que buscan empleo en nuestro país.

MUESTRA

Con el objetivo de obtener unos resultados ampliamente representativos, la encuesta se ha realizado entre dos públicos bien diferenciados:

- 9.344 candidatos (empleados, desempleados y freelance/autónomos).
- 430 profesionales de Recursos Humanos.

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.

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Signo Comunicación Consultores S.L.U.

Jorge Guelbenzu

Director General de Infoempleo.com

@guelbenzu

Los portales web de empleo siguen siendo la herramienta más utilizada y mejor valorada tanto por los candidatos que buscan empleo como por las empresas que necesitan ampliar sus equipos, pero las redes sociales son el complemento perfecto donde continuar con el proceso de selección. En este caso la máxima está clara: "más es más". Cuanto más conozcas a tu futura empresa o a tu futuro empleado, más acertada será tu elección.

¿Buscas empleo? Potencia tu identidad digital

Más del 80% de las empresas en España tienen presencia en redes sociales, y el 87% de los reclutadores las utilizan para descubrir talento. ¿Quieres ser visible para cualquiera de ellas? Usa las redes sociales, pero úsalas bien. Si no estás en ellas, no te pueden encontrar. Y si estás, pero no cuidas la imagen que ofreces, también estás perdiendo oportunidades.

El análisis de lo que cada uno vende de sí mismo en Internet se ha convertido en una huella muy valorada por los reclutadores. Nueve de cada diez empresas tienen en cuenta la reputación online de los candidatos a la hora de hacer una selección, y el 28% de los profesionales de recursos humanos han rechazado a un candidato por su actividad en redes sociales. Hoy más que nunca, potenciar y cuidar la marca personal 2.0 resulta imprescindible para aquellos que quieren acceder a más y mejores oportunidades laborales.

Pero contar con una buena reputación online no es solo un requisito para los profesionales, estén o no buscando

empleo activamente, sino también para las empresas. Más para ellas si cabe.

¿Buscas el mejor talento? Mejor que sea él el que te busque a ti

El activo más importante para cualquier organización son sus empleados. Son ellos los que llevarán a la empresa hasta el éxito o le impedirán llegar a la meta, de ahí que la selección y gestión de talento sea un aspecto de vital importancia para la competitividad de cualquier empresa. ¿Cómo se consigue captar y retener el mejor talento? No hay una fórmula milagrosa, pero sí que hay estrategias que permiten acercarse más al objetivo. Una de las más efectivas pasa por el employer branding, es decir, por conseguir que tu empresa tenga una buena imagen de marca como empleadora.

Si se percibe a tu organización como un buen lugar donde trabajar, tanto por parte de tus empleados actuales como potenciales, la posibilidad de contar con los mejores profesionales se verá multiplicada, algo en lo que coinciden el 76% de las empresas consultadas para la elaboración de este Informe, que reconocen el gran impacto que tiene el employer branding sobre su capacidad para atraer y retener el mejor talento.

Esta estrategia, que en la práctica se sustenta en un marketing mix integrado, entre otras acciones, por las redes sociales, permitirá mejorar la reputación de cualquier empresa, sin importar su sector o tamaño, porque la humanizan. Es más, los usuarios de redes sociales pueden identificarse mejor con una marca a la que conocen, de cuya comunidad forman parte y con la que

se comunican, y es más fácil que llegue a convertirse en un referente donde a cualquier persona le gustaría trabajar.

Las redes sociales se desvían del objetivo empleo

A pesar de que ya nadie duda de la importancia que tienen las redes sociales como punto de encuentro entre empresas y candidatos, éstas siguen lejos de ocupar el lugar protagonista que se les suponía.

Solo el 43% de los reclutadores se muestran satisfechos o muy satisfechos con las redes sociales como herramienta de trabajo. LinkedIn es la única que consigue una valoración positiva, pero siendo una red creada con fines profesionales, no parece suficiente que tan solo el 63% de los encuestados la evalúen positivamente. Le siguen Facebook (34%) y Twitter (28%), que se quedan muy lejos del aprobado, demostrando que su ámbito de influencia está más próximo a la esfera personal de los usuarios que a la profesional.

En realidad, lo importante es no perder el foco: ¿qué buscan las personas que recurren a un canal de intermediación laboral? Por un lado, conseguir empleo; por otro, captar y atraer talento. Con eso en mente, hay que buscar la excelencia en el servicio y facilitarles la labor a ambos, algo que no hemos perdido de vista los portales de empleo. Somos la opción elegida por el 99% de los candidatos y el 95% de las empresas, una muestra de vuestra confianza que recibimos con una gran responsabilidad, y por la que nos comprometemos a seguir trabajando día tras día para ofrecer el mejor lugar de encuentro posible.

Iria Vázquez

Directora de Servicio y Calidad de Adecco

@IriaVPalacios

El talento se mueve en las redes, por eso, un año más, desde Adecco e Infoempleo nos planteamos cómo las redes sociales están actuando de mediadores en el mercado laboral y cada vez queda más patente la estrecha relación que se ha establecido entre ambos. Una relación que funciona cada vez con más naturalidad y en la que todos los actores parecen sentirse más y más cómodos.

Por un lado, los jóvenes utilizan las redes, y todos los recursos que Internet pone a su alcance, con soltura. Han crecido con ellos, es el medio por el que establecen sus relaciones sociales y, por lo tanto, llevarlo al terreno de la búsqueda de empleo y la carrera profesional es para ellos incuestionable. Por el otro, generaciones anteriores han tomado conciencia del papel fundamental de las redes sociales y la necesidad de incorporarlas en su búsqueda de empleo y en su plan de carrera.

Para los candidatos, las redes sociales son fundamentales en el desarrollo de

su estrategia de marca personal, la que hará que los reclutadores les encuentren en su búsqueda de talento.

No solo eso, sino que ya son muchas las empresas que realizan sus búsquedas de empleo inicialmente a través de las redes, así que contar con un perfil profesional actualizado en una o más de ellas es la clave para encontrar o cambiar de trabajo. Pero si hay algo que los candidatos no deben olvidar es que esta exposición pública de sí mismos, por decirlo de algún modo, es un arma de doble filo. Ya nada de lo que digan o hagan se quedará en el ámbito de lo privado. Todo cuenta: desde la foto que utilicen a lo que publiquen, los comentarios que hagan o los artículos que compartan. Las empresas utilizan las redes no solo para buscar candidatos, sino para saber más de ellos, y una buena o mala utilización de sus perfiles públicos puede marcar la diferencia entre dos finalistas.

A nivel empresarial, las redes sociales empezaron siendo una nueva vía para abrirse al diálogo con clientes y

consumidores, y poco después fueron los departamentos de RRHH y los reclutadores quienes encontraron en ellas un canal adicional por el que llegar a los candidatos.

Las redes sociales se han consolidado como un apoyo fundamental para la atracción y selección de talento y como unas herramientas indispensables para atraer a los mejores profesionales. De ser un complemento en las estrategias de reclutamiento han pasado a convertirse en muchos casos en el eje central de las mismas, apoyadas por otras iniciativas como los portales de empleo, la presencia en ferias especializadas o la participación en eventos en las universidades. Pasos previos al contacto personal y la entrevista en profundidad que, afortunadamente, nunca podrán llegar a ser reemplazados.

Nos encontramos de lleno en la era digital y todos tenemos retos por delante, pero como en cualquier (r)evolución, se trata también de un momento emocionante de cambio y descubrimiento.

Parte I

CANDIDATOS

Los candidatos muestran todavía una clara falta de confianza en la utilización de las redes sociales como palanca definitiva para conseguir un trabajo: más del 75% de los candidatos afirman que los portales de empleo siguen siendo la opción a la que recurren siempre que quieren encontrar ofertas de trabajo ajustadas a su perfil, frente al 20% que pone las redes sociales como primera opción en su búsqueda de empleo.

CANDIDATOS Y REDES SOCIALES: HALLAZGOS CLAVE

1. Experiencia

- El 84% de los usuarios utilizan las redes sociales desde hace más de tres años. Tres de cada cuatro las consultan todos los días, y los dispositivos elegidos para acceder a ellas son los ordenadores personales (90,2%) y los *smartphones* (89,6%).
- Las relaciones personales y el entretenimiento son las principales razones que mueven a los usuarios a abrirse una cuenta en una red social. Contactar y comunicarse con amigos y/o familiares (84%), encontrar contenido interesante y/o entretenido (75%) y estar al día de la actualidad y/o de las aficiones de los encuestados (74%) son las razones que más influyen en los usuarios a la hora de decidirse a crear un perfil en redes sociales.
- Más del 80% de los candidatos siguen a alguna marca en redes sociales. Acceder a los puestos de trabajo que ofertan es la razón de mayor peso para el 65% de los usuarios. Conocer las novedades de la marca y estar al día de sus promociones y descuentos son también motivos importantes para el 50% de los encuestados
- La información que más atención recibe por parte de los seguidores de una marca en redes sociales se corresponde con: ofertas de empleo (90%), contenido publicado por la empresa (80%) e información general de la compañía.

2. Búsqueda de empleo

- El 83% de los usuarios utilizan las redes sociales para buscar empleo, aunque solo un 20% recurren siempre a ellas cuando buscan nuevas oportunidades laborales.
- Los portales web de empleo se mantienen como la primera opción a la que acuden los candidatos que están en búsqueda activa de empleo en España, recibiendo la confianza del 99% de los usuarios. Las páginas web de las empresas y las empresas de selección son los otros dos canales más utilizados por los usuarios, aunque a bastante distancia del primero.
- Tres de cada cuatro usuarios han enviado su CV a ofertas de empleo difundidas a través de redes sociales.
- El 42% de los candidatos afirman que las empresas se han puesto en contacto con ellos a través de redes sociales en relación a una oferta de empleo en, al menos, una ocasión.
- El 70% de los usuarios consideran que las redes sociales son una alternativa interesante a los canales más convencionales para encontrar empleo.
- Entre los motivos de índole profesional que más influyen en los candidatos a la hora de usar las redes sociales están: inscribirse a ofertas de empleo (87%), buscar empleo (85%), conocer las últimas novedades de su ámbito profesional (82%) y establecer y mantener contactos profesionales (82%).

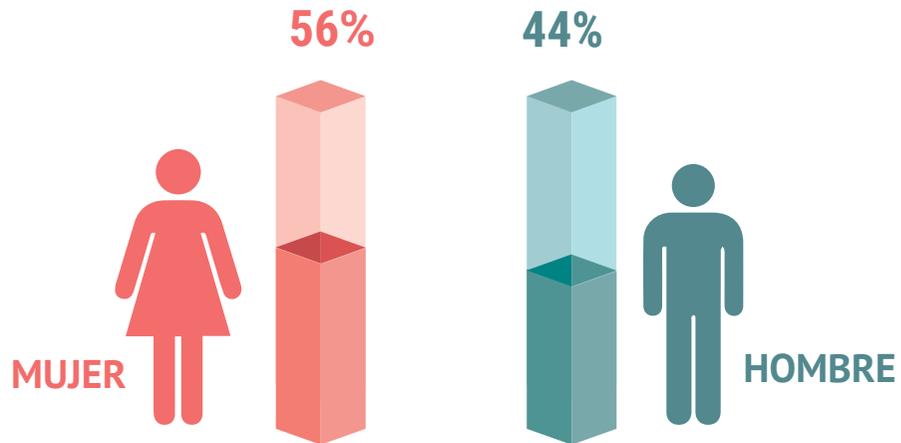
- LinkedIn vuelve a hacerse con el título de la red social profesional por antonomasia, superando el 70% de aceptación entre los usuarios. Le siguen, aunque a mucha distancia, Facebook (56%) y Twitter (38%).
- El 57% de los usuarios accede diariamente a redes sociales para buscar empleo. Mañana y tarde son las franjas más utilizadas para ello.
- Más de la mitad de los usuarios creen que las empresas utilizan las redes sociales para atraer talento.
- El 75% de los candidatos anunciarían en sus redes sociales que están buscando empleo. LinkedIn (64%) es la gran favorita para los candidatos que están dispuestos a compartir en redes sociales que están en búsqueda activa de empleo. Le siguen Facebook (42%) y Twitter (20%), aunque la valoración de ambas ha caído con respecto a 2011: la primera pierde un 22%; la segunda, un 6%.

3. Reputación online

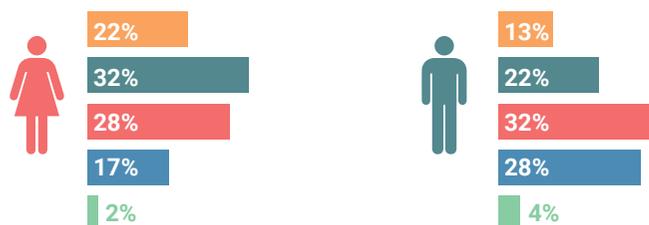
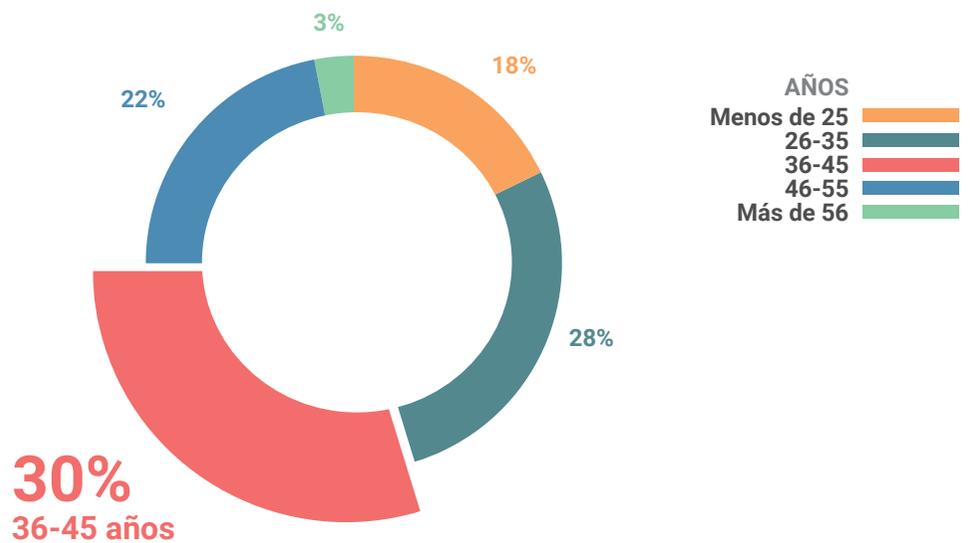
- A pesar de la etapa de plena consolidación que vive la Web 2.0, y con ella las redes sociales, el 58% de los usuarios que mantienen una actitud pasiva a la hora de usarlas para darse a conocer desde un punto de vista profesional.
- Un 66% de los usuarios publican y comparten contenidos en las redes sociales siendo conscientes de que pueden ser evaluados por ellos.

1. PERFILES

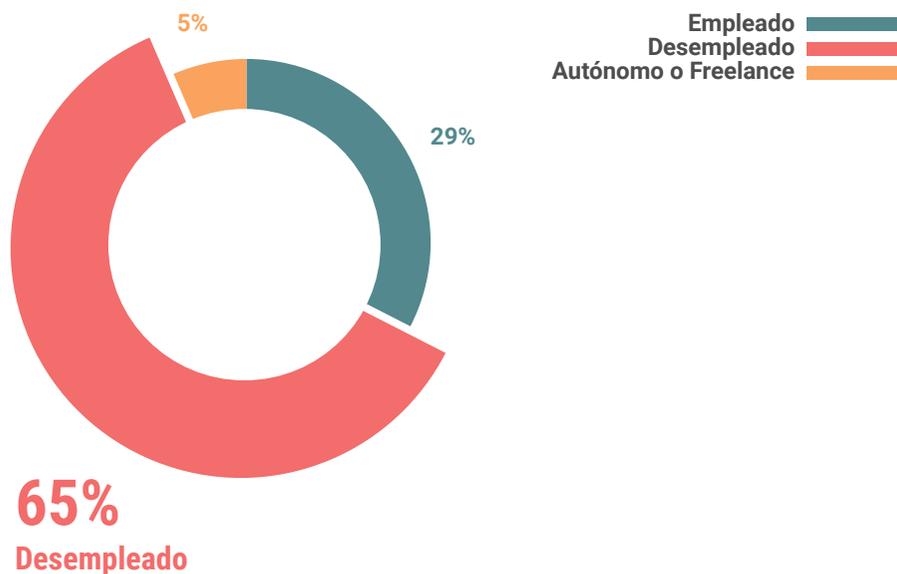
1.1 Sexo



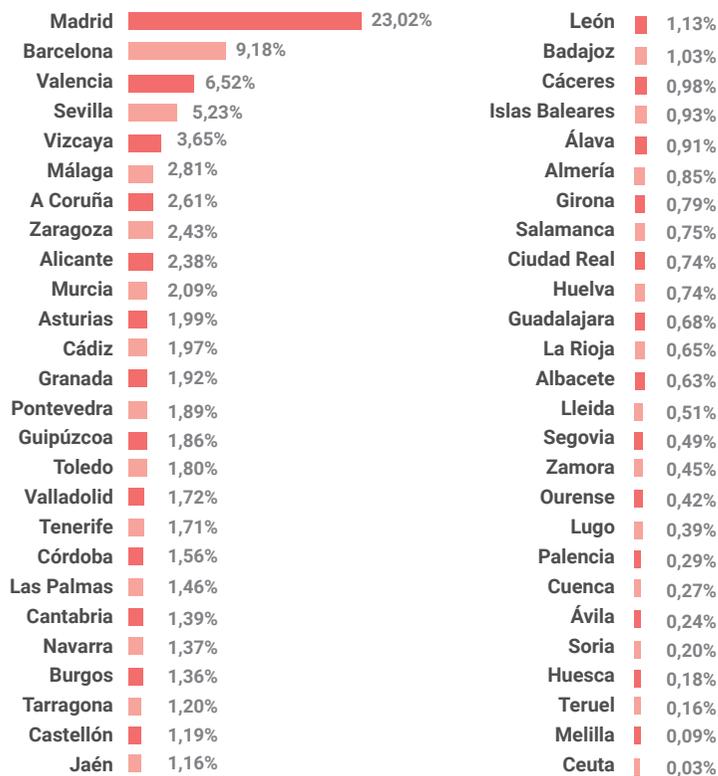
1.2 Edad



1.3 Situación laboral

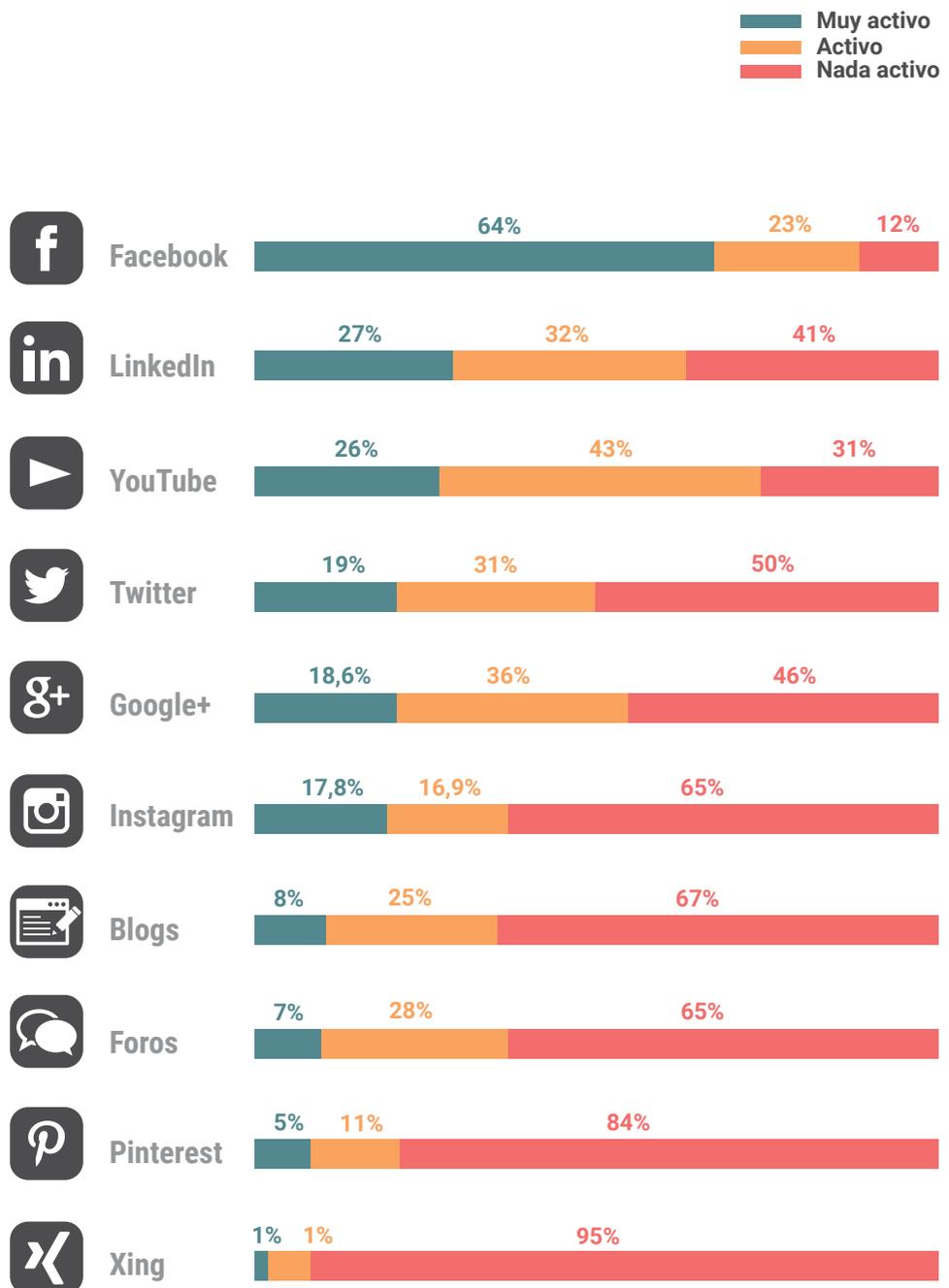


1.4 Provincia



2. EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

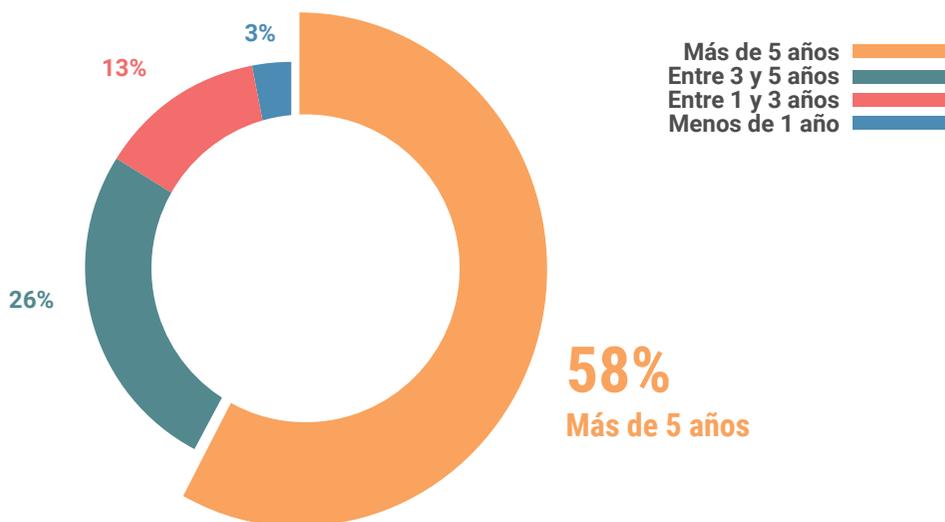
2.1 ¿De cuáles de las siguientes redes sociales o comunidades online eres usuario activo?



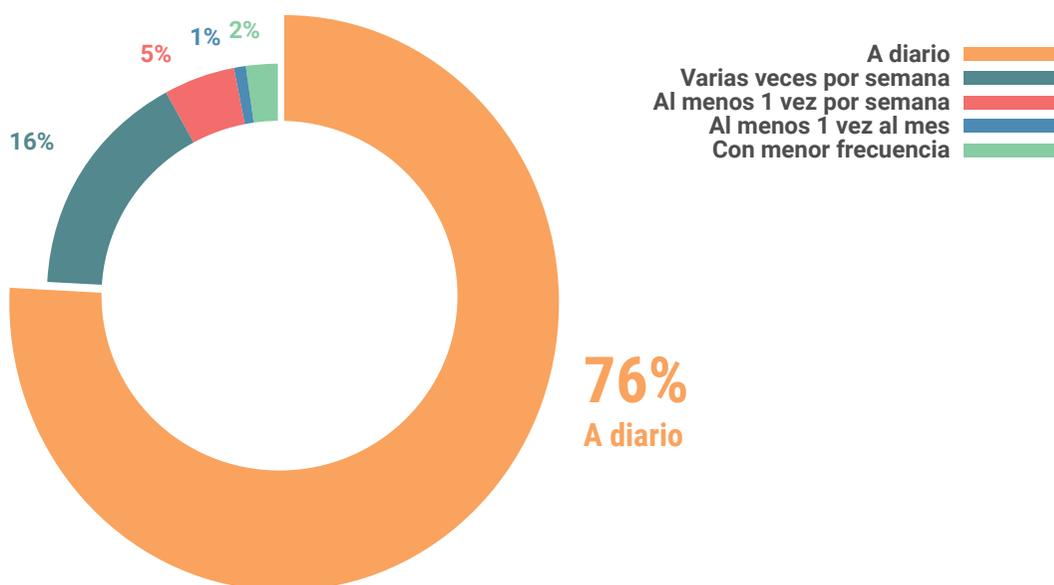
2.2 ¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales?

Más allá de lo que se suponía que podía ser una moda pasajera, **las redes sociales (RRSS) han llegado para quedarse**: el 84% de los internautas

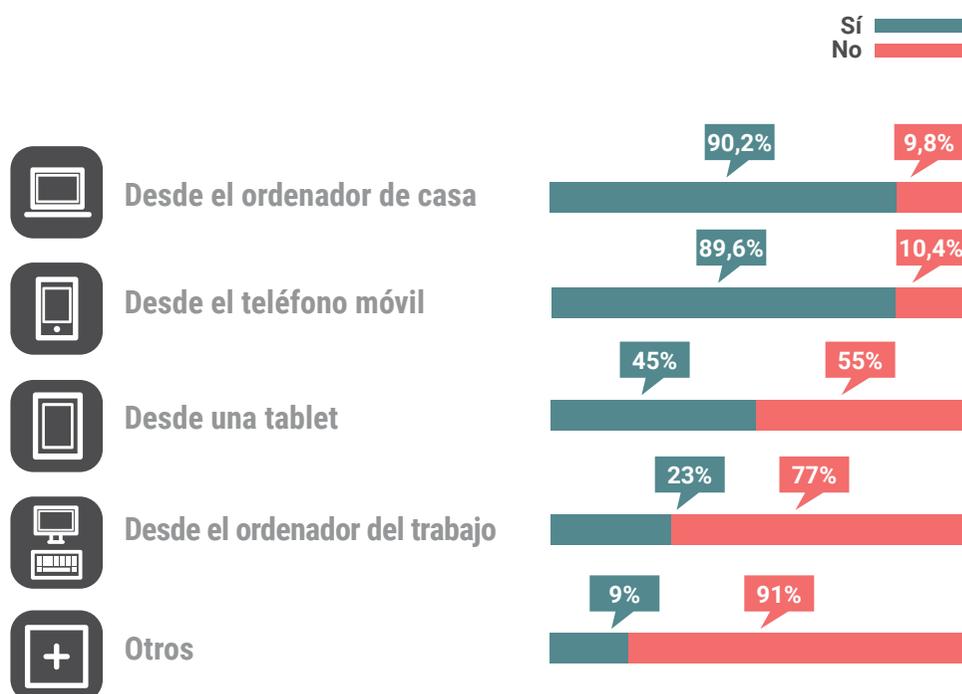
reconocen que hace más de tres años que utilizan, al menos, una de ellas.



2.3 ¿Con qué frecuencia accedes a las redes sociales?



2.4 ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales?



Los dispositivos preferidos por los usuarios para acceder a RRSS son ordenadores personales y *smartphones*

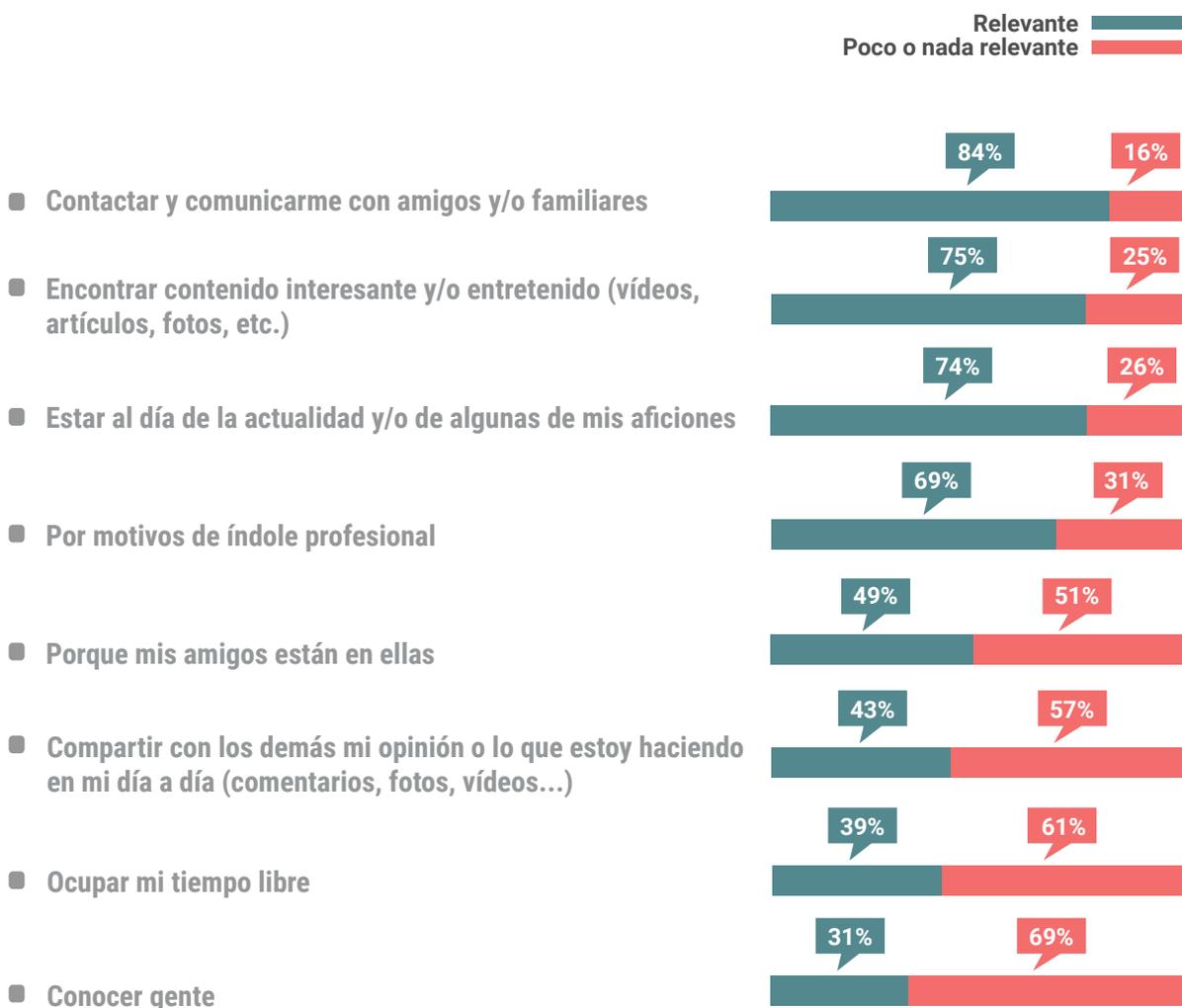
2.5 Valora cuáles son los motivos principales por los que te abriste tu(s) cuenta(s) en redes sociales

Las relaciones personales y el entretenimiento son las principales razones que motivan a los usuarios a abrirse una cuenta en una red social.

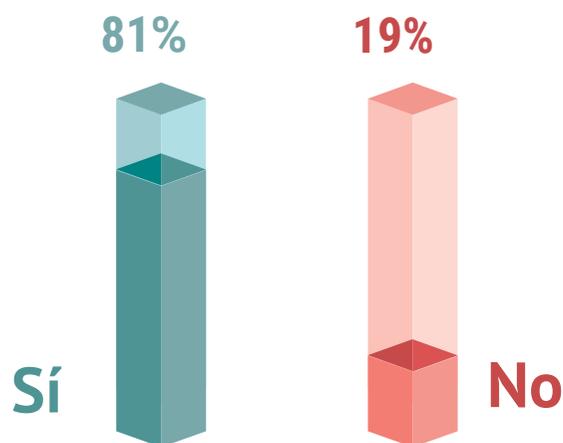
Durante este último año, **contactar y comunicarse con amigos y/o familiares** se ha mantenido como el principal motivo por el cual los usuarios se crean un perfil en una red social. Le siguen encontrar contenido interesante y/o entretenido y estar al día de la actualidad

y/o de las aficiones de los encuestados, razones que han influido en tres de cada cuatro usuarios a la hora de crearse algún perfil en redes sociales.

Los aspectos relacionados con el mundo laboral también están presentes entre los motivos que más peso tienen, llegando a colocarse entre las razones que más influyen a la hora de registrarse en una red social para el 69% de los candidatos.



2.6 ¿Sigues a alguna empresa/marca desde tu(s) cuenta(s) en redes sociales?



En caso afirmativo, ¿qué razones te empujaron a ello?

Acceder a los puestos de trabajo que ofertan las empresas a través de sus redes sociales es lo que mueve al 65% de los usuarios a seguir sus cuentas corporativas.

Conocer las novedades de la marca y estar al día de sus promociones (sorteos, concursos, etc.) y descuentos son también razones de peso para el 50% de los encuestados.

- Acceder a los puestos de trabajo que ofertan

- Conocer las novedades de la marca

- Estar al día de sus promociones y/o descuentos

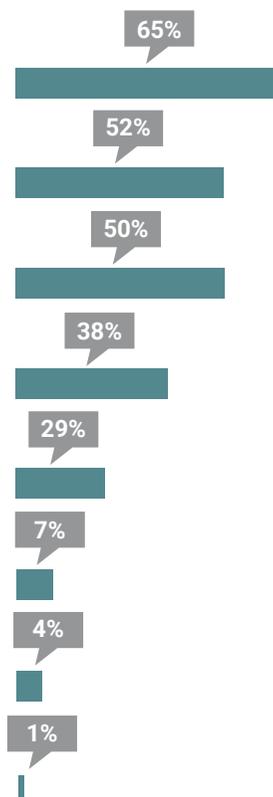
- Publican contenido que te parece interesante o entretenido

- Te gusta la marca

- Contactar con atención al cliente

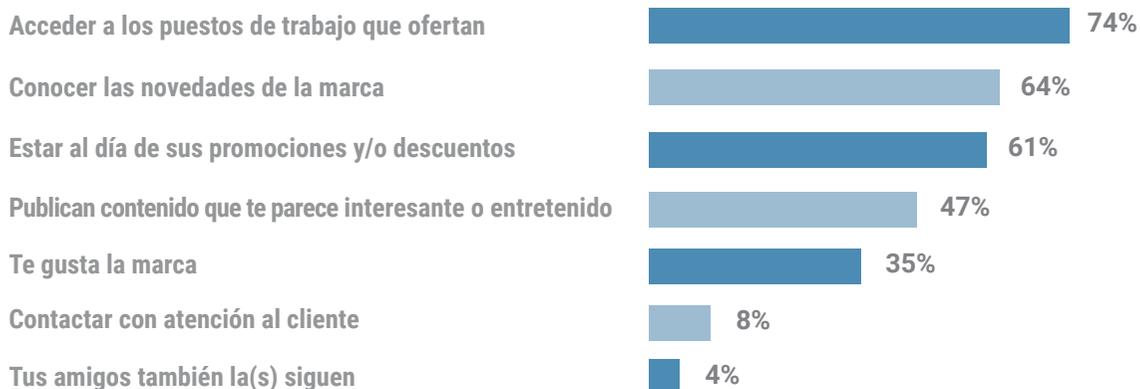
- Tus amigos también la(s) siguen

- Otra(s)



Según situación laboral de los encuestados:

EMPLEADOS



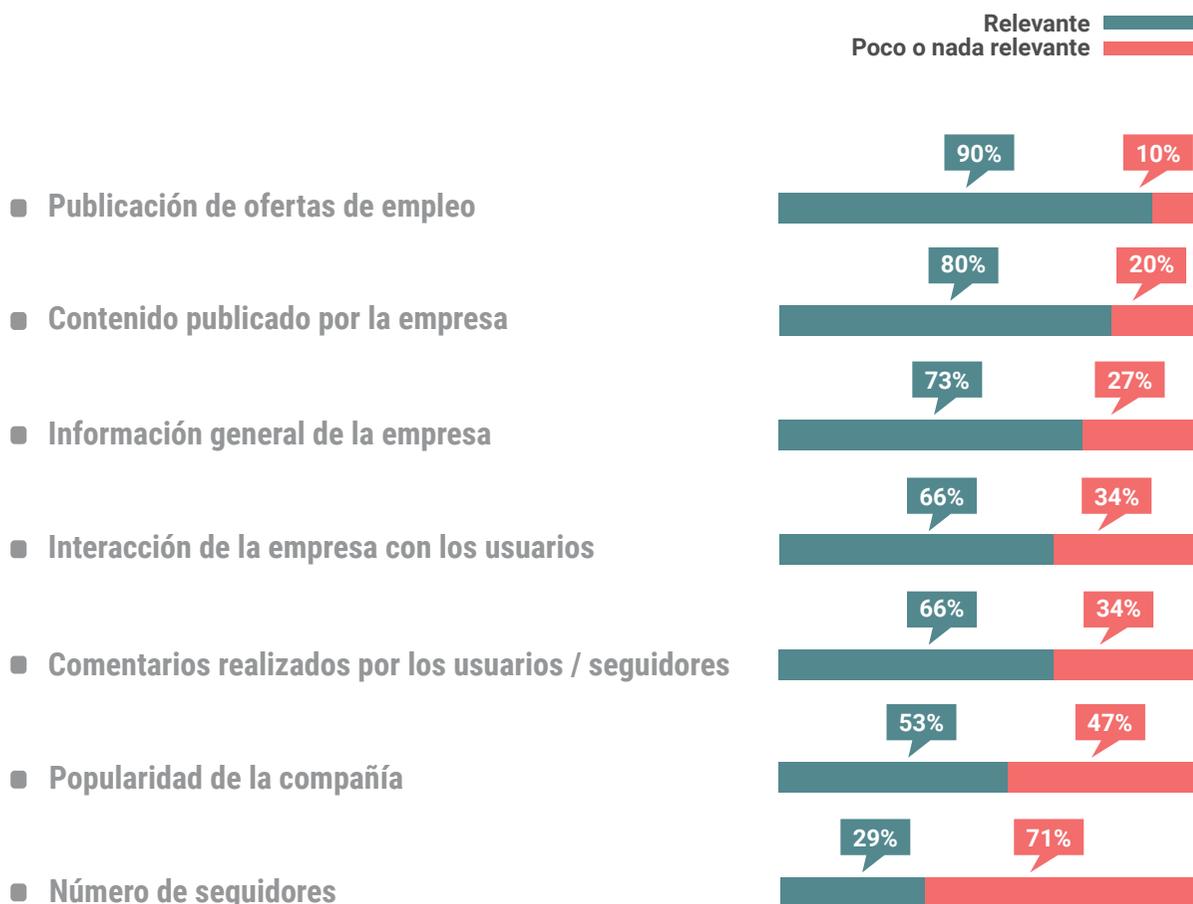
AUTÓNOMOS O FREELANCE



DESEMPLEADOS



2.7 ¿Qué atrae tu atención en el perfil de una empresa en redes sociales?



Las ofertas de empleo atraen la atención del 90% de los usuarios de redes sociales

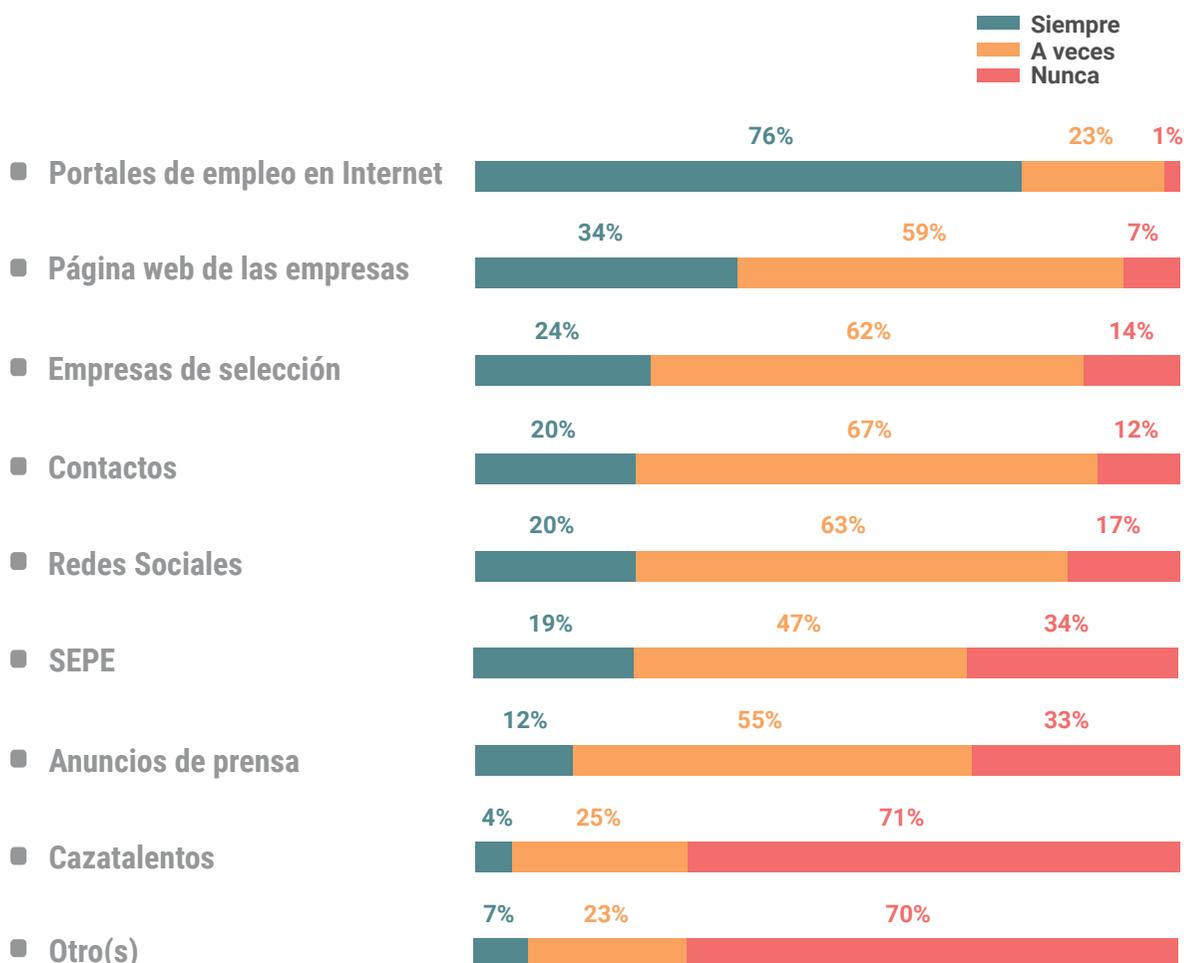
3. LA BÚSQUEDA DE EMPLEO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

3.1 Cuando buscas empleo, ¿adónde 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. Más del 75% de los encuestados recurre siempre a ellos, y el 23% los consulta de forma ocasional. Las páginas web de las empresas 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 plataforma para la búsqueda de empleo, aunque su uso principal sigue siendo esporádico o complementario a otras herramientas de intermediación laboral.



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 profesionalización 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

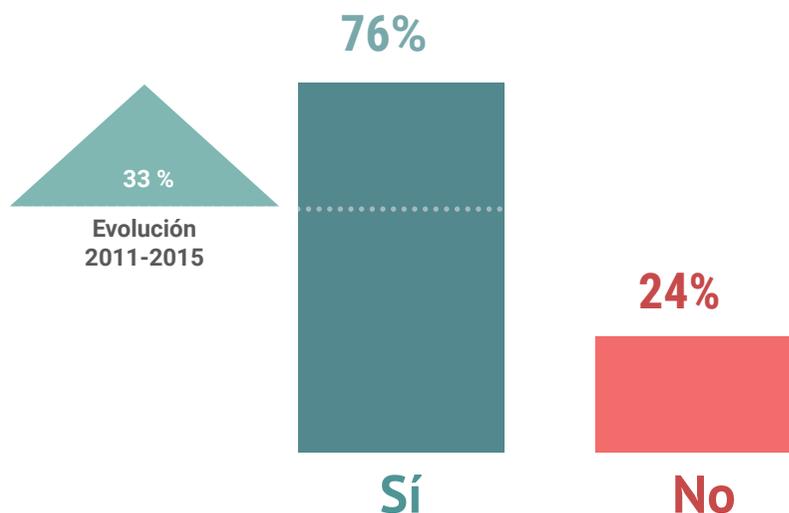
empleo que mayor crecimiento ha registrado. En concreto, el número de usuarios que ha recurrido a las RRSS para buscar trabajo durante este último año, ya sea de forma habitual u ocasional, supera el 80%, lo que supone un 35% más que en 2011.

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

3.2 ¿Alguna vez has enviado tu CV a una oferta de empleo que has conocido a través de las redes sociales?

El número de candidatos que han enviado su currículum vitae a una oferta de empleo que han conocido a través de las redes sociales

ha aumentado, desde 2011, en más de un 30%, llegando hasta el 76% en este último año.

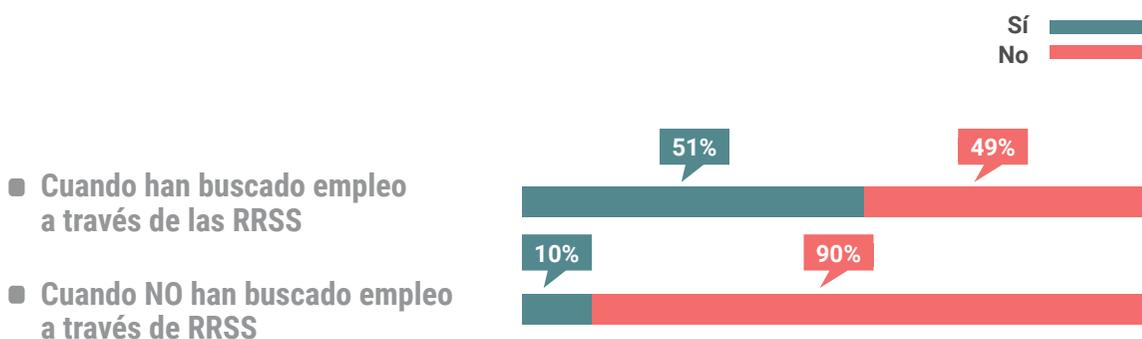
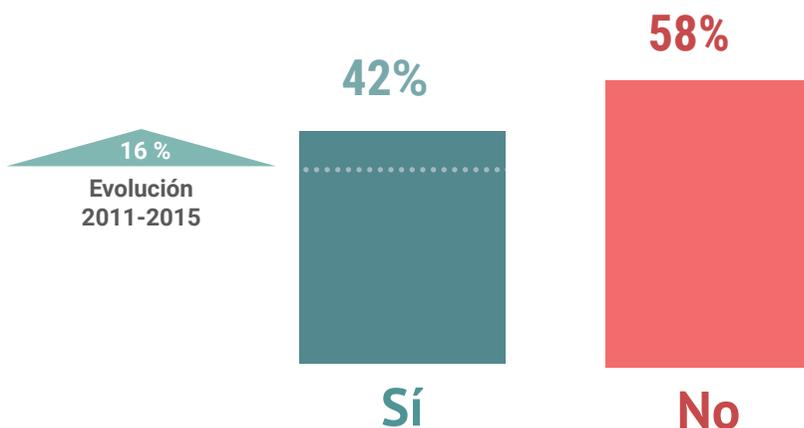


3.3 ¿Alguna vez te han contactado a través de las redes sociales en relación a una oferta de empleo?

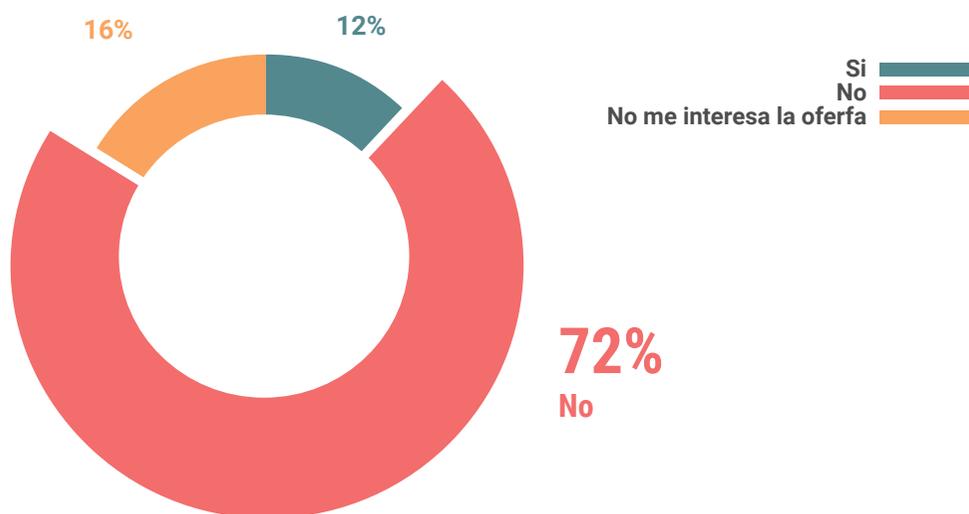
El uso de las redes sociales por parte de los candidatos en búsqueda de empleo no deja de crecer, pero también resulta necesario conocer la respuesta que estos están obteniendo por parte de las empresas.

En el global de los candidatos encuestados, el 42% 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 el 51% si tenemos en cuenta únicamente a aquellos usuarios que han buscado trabajo de forma activa a través de alguna red social.



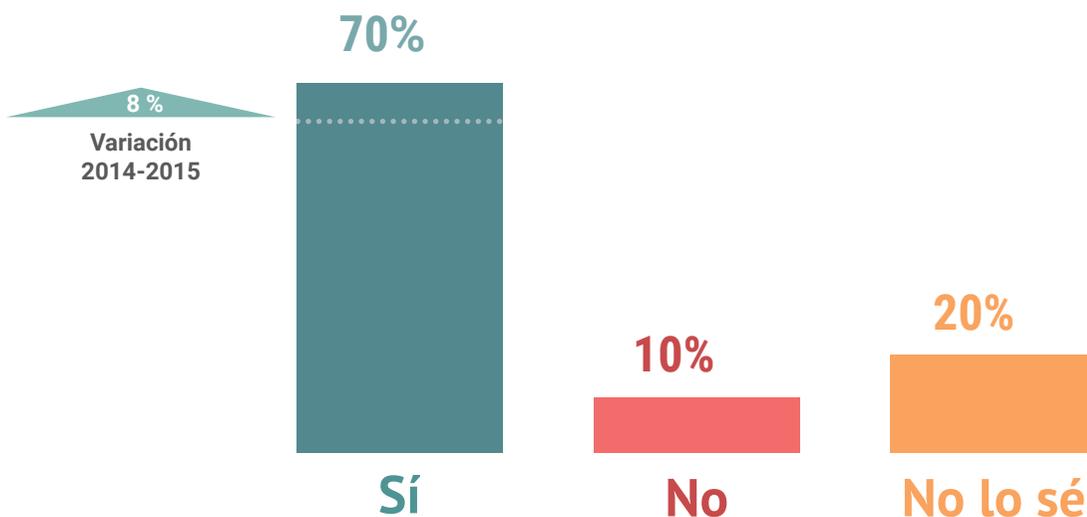
En caso afirmativo, ¿conseguiste finalmente el trabajo?



.....

El 42% de los candidatos han recibido una propuesta laboral a través de sus redes sociales

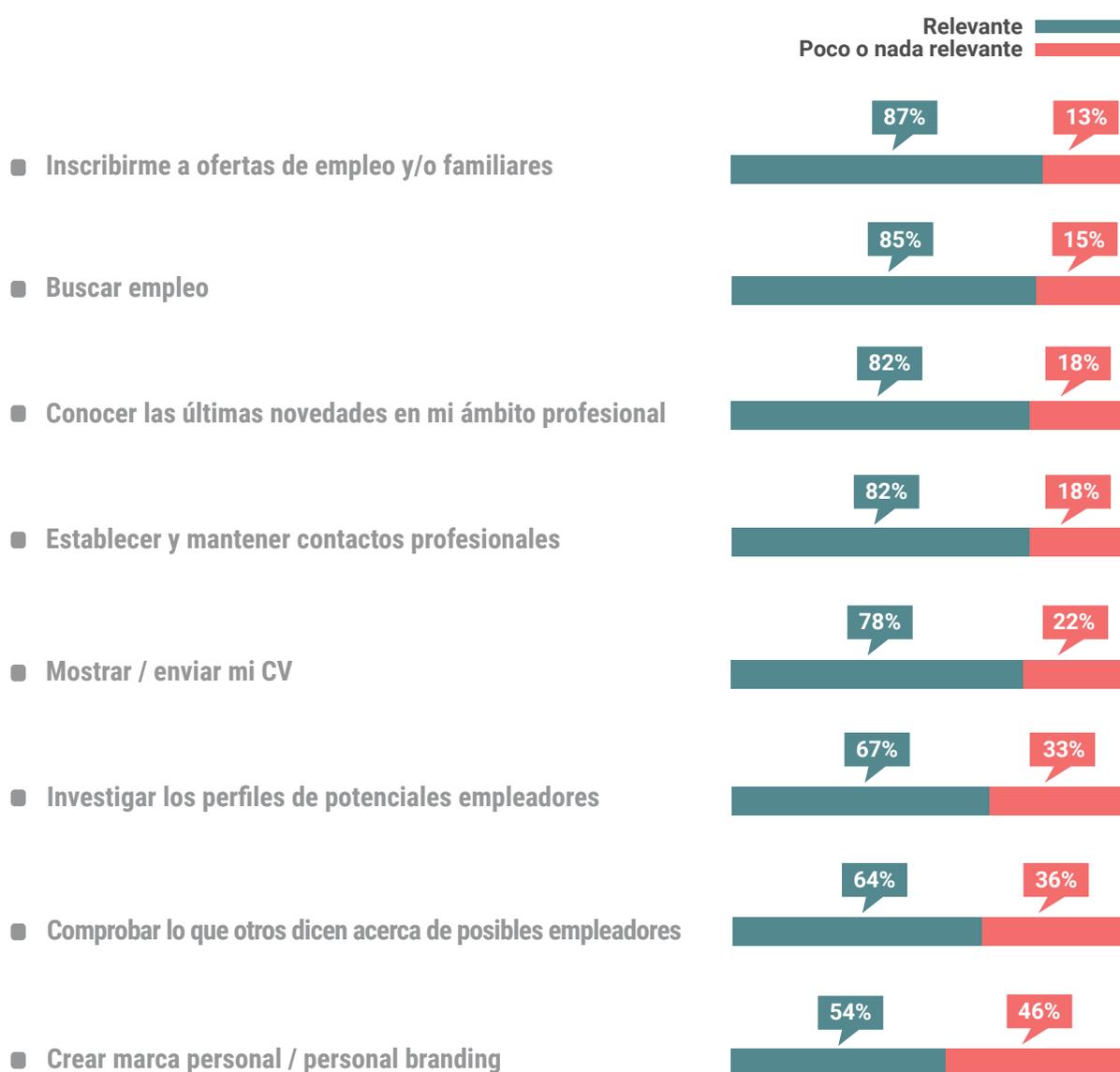
3.4 ¿Consideras que las redes sociales son una alternativa interesante a los canales más convencionales para encontrar empleo?



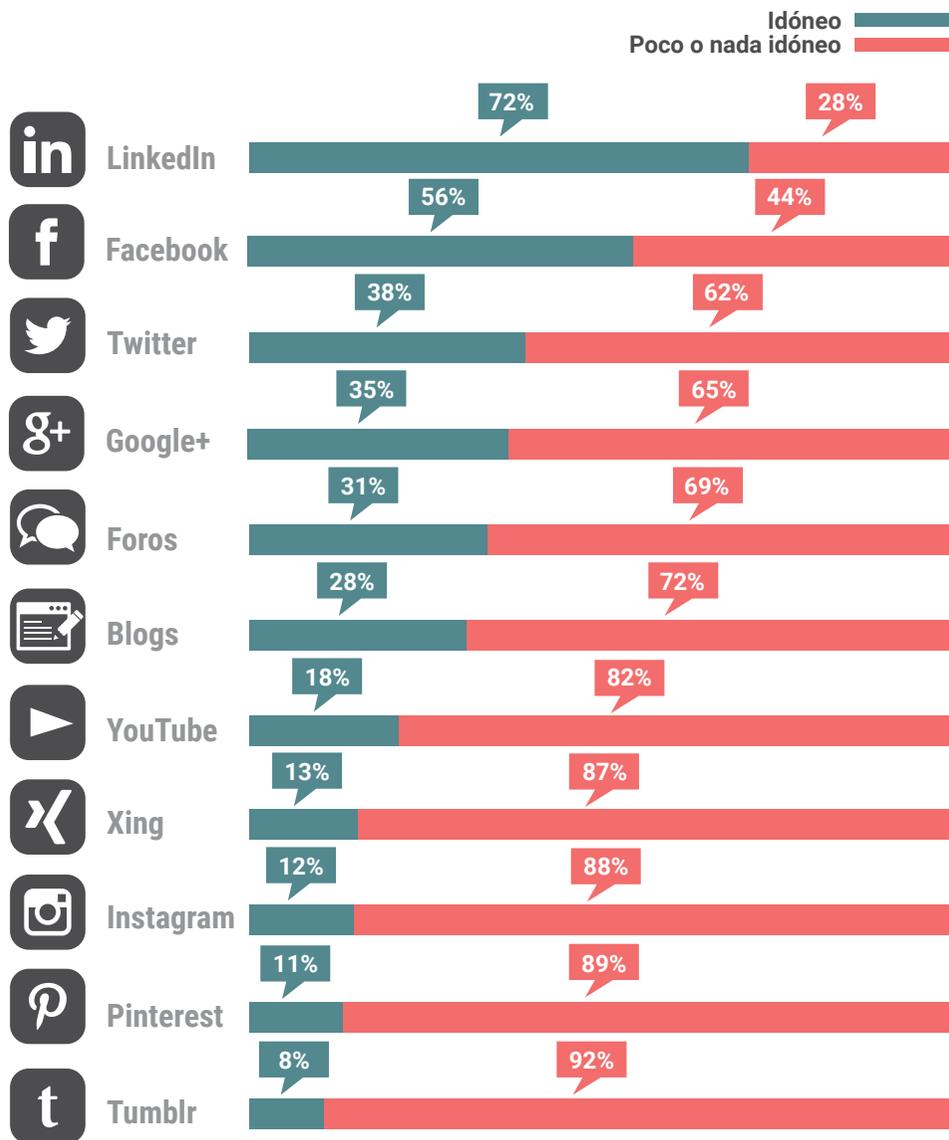
.....

El reclutamiento 2.0 es una alternativa que sigue sumando adeptos

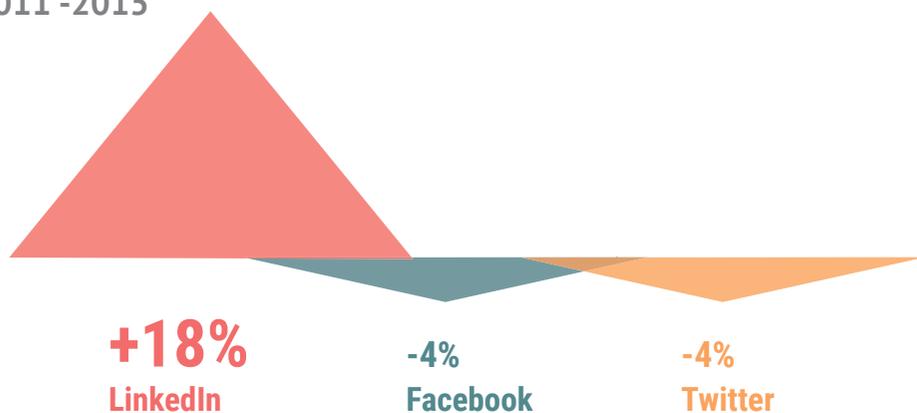
3.5 Entre los siguientes motivos de índole profesional, valora cuáles son más importantes para ti a la hora de usar las redes sociales:



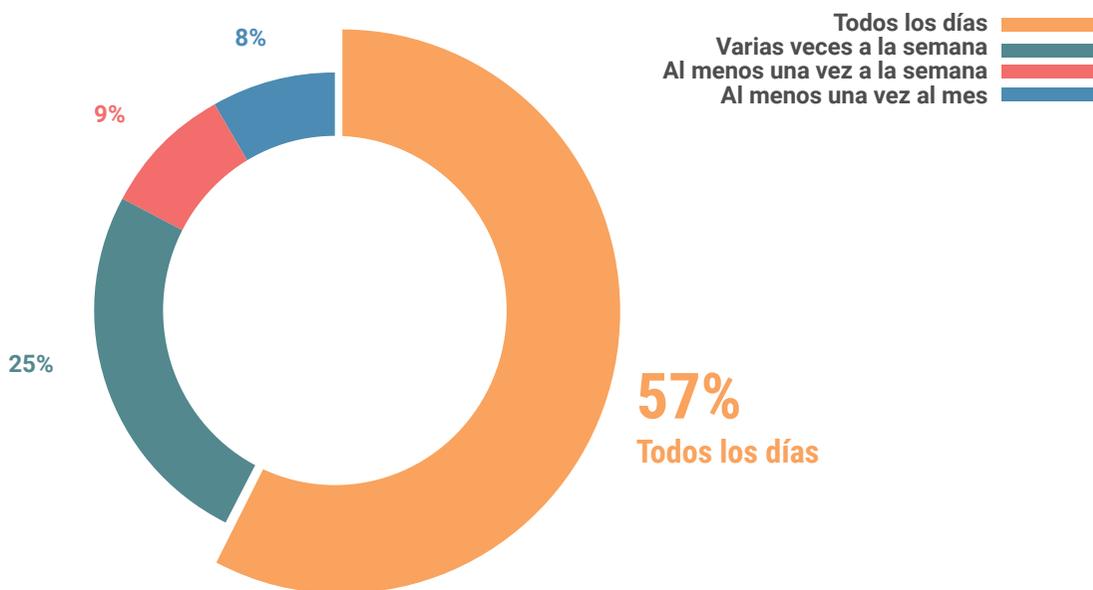
3.6 Valora las siguientes redes sociales, medios sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo:



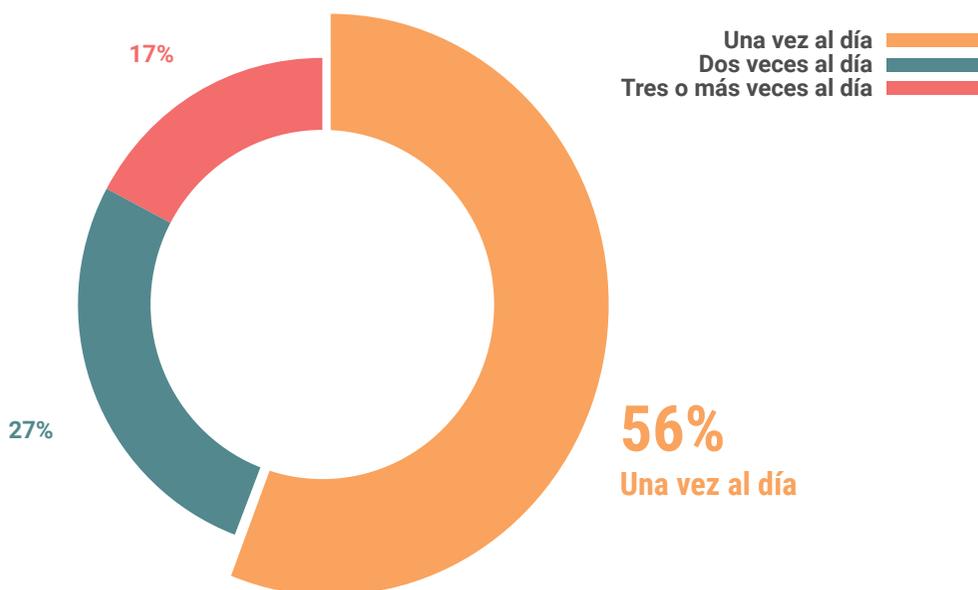
Evolución entre 2011 -2015



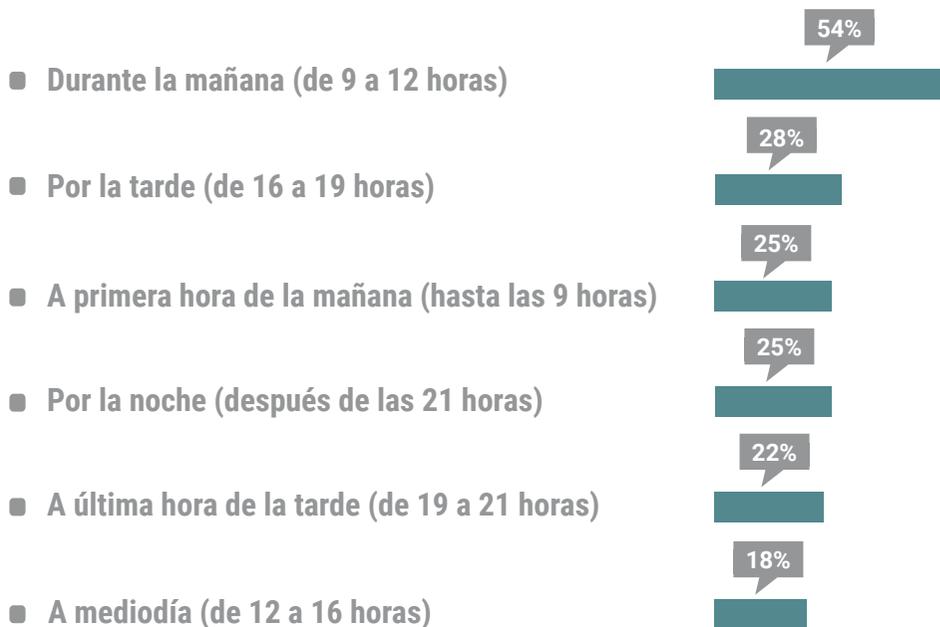
3.7 Cuando buscas empleo, ¿cuánto tiempo le dedicas a esa tarea en redes sociales?



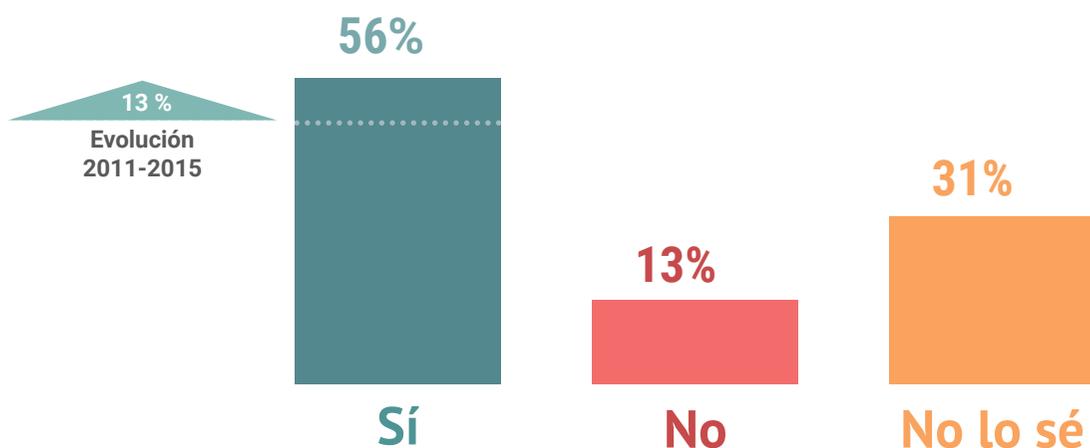
3.8 ¿En qué franjas horarias las sueles utilizar con ese objetivo?



Franjas horarias de acceso



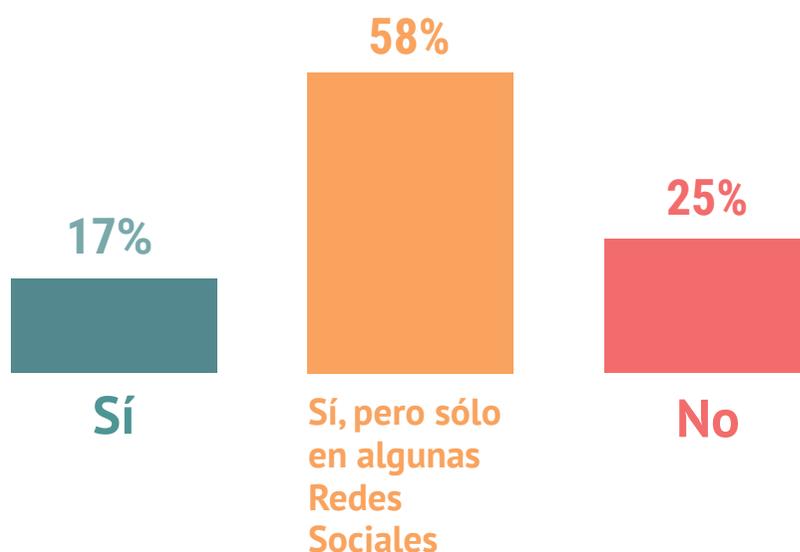
3.9 ¿Crees que las empresas están utilizando las redes sociales para reclutar talento?



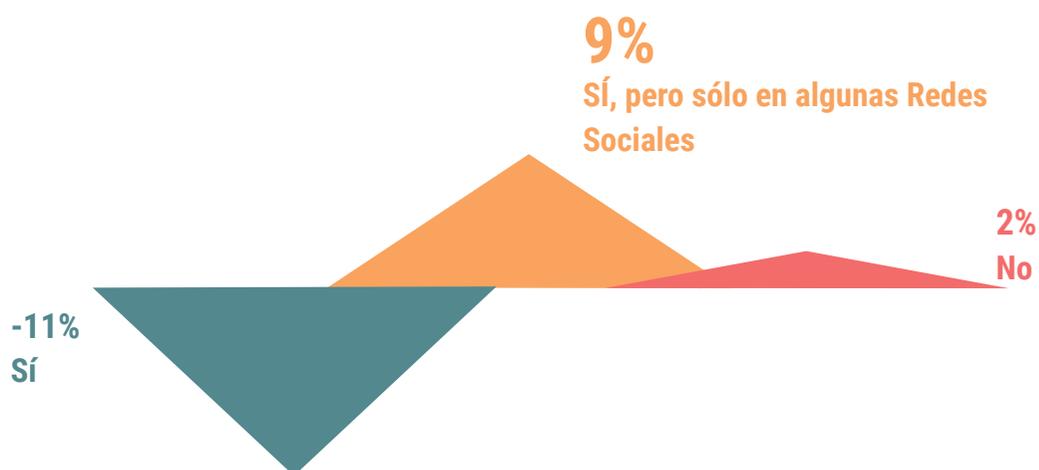
3.10 En el caso de que estuvieses buscando empleo, ¿lo comunicarías a través de las redes sociales?

El 75% de los encuestados comunicarían a través de las 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.



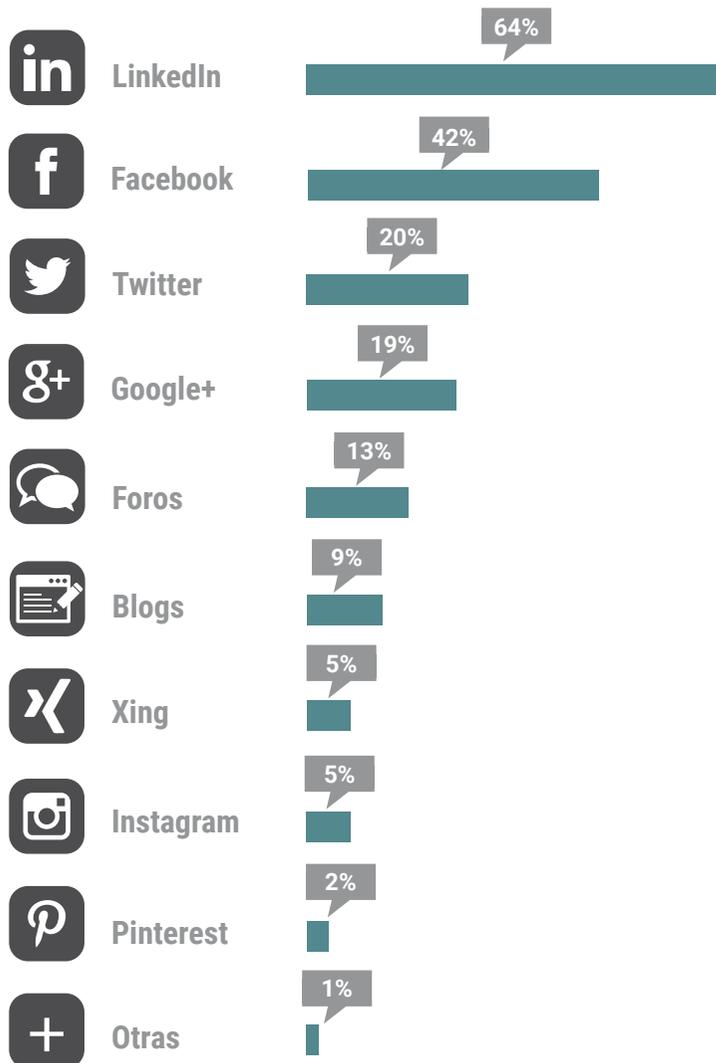
Evolución 2011 - 2015



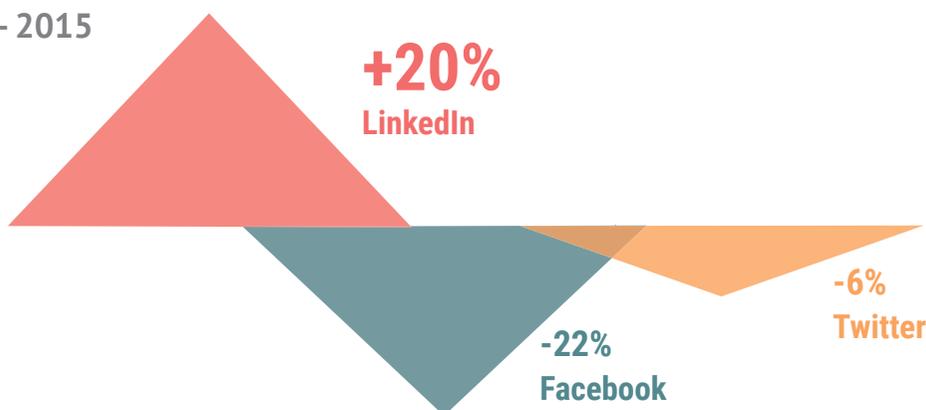
3.11 ¿En qué redes sociales comunicarías abiertamente que estás buscando empleo?

LinkedIn es la gran favorita para los candidatos que están dispuestos a compartir en redes sociales que están en búsqueda activa de empleo.

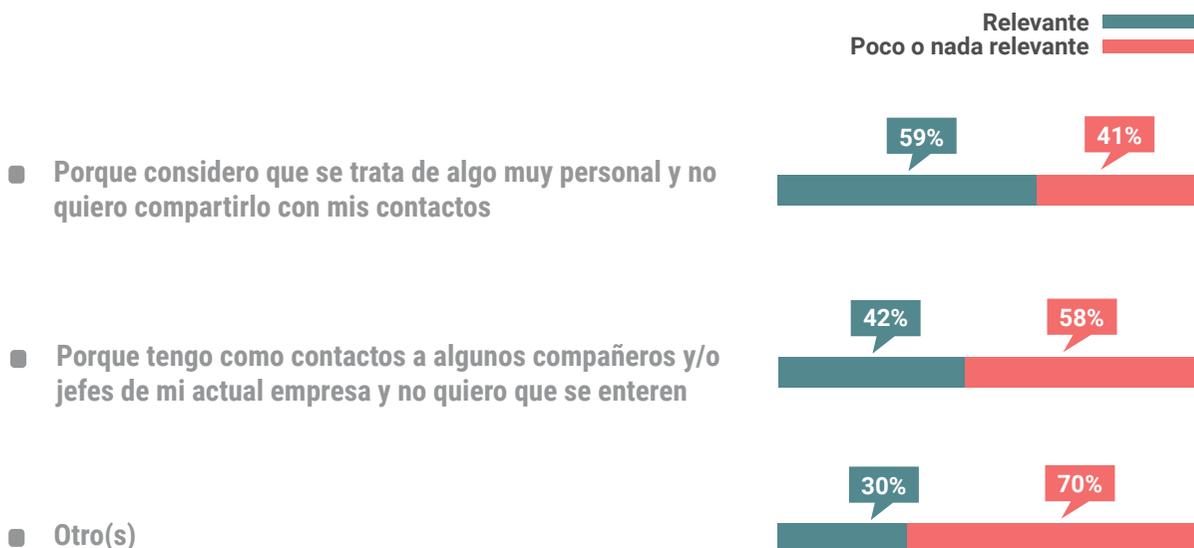
Le siguen Facebook y Twitter, aunque la valoración de ambas ha caído con respecto a 2011: la primera pierde un 22%; la segunda, un 6%.



Evolución 2011 - 2015



3.12 ¿Cuál o cuáles son los motivos por lo que NO dirías en las redes sociales que buscas empleo?



.....

La búsqueda de empleo se queda en la esfera *personal*

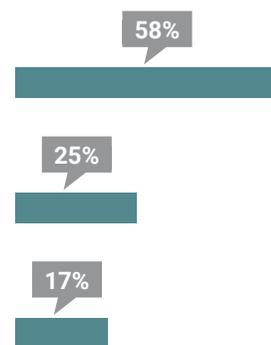
4. REPUTACIÓN ONLINE

4.1 ¿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.

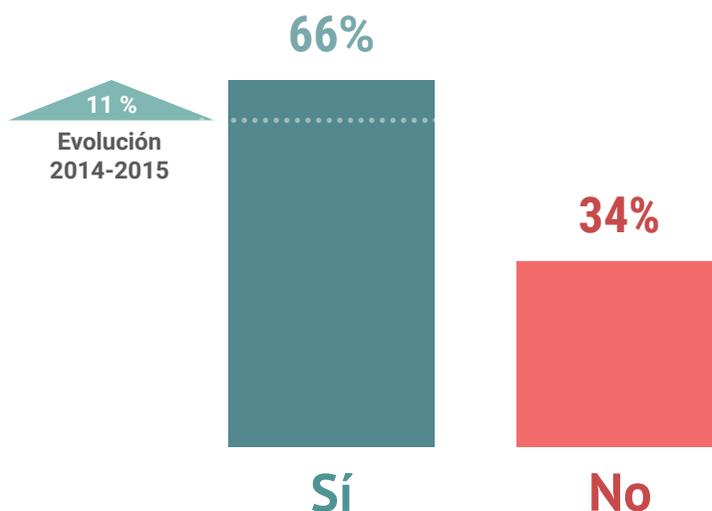
- Fundamentalmente leo los comentarios de los demás pero no suelo comentar mucho
- Publico material frecuentemente sobre mi campo de trabajo
- Comento lo que escriben otros usuarios



4.2 Cuando publicas contenidos u opiniones en RRSS ¿tienes en mente que alguien pueda evaluar esa información de manera adicional a tu CV?

Un 66% 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.



Parte II

PROFESIONALES

Gran parte de los profesionales de Recursos Humanos han integrado las redes sociales y otras plataformas 2.0 como instrumentos de su trabajo diario, aunque las utilizan principalmente como una herramienta complementaria a la que recurrir cuando quieren ampliar la información de la que disponen sobre los candidatos preseleccionados.

RECURSOS HUMANOS Y REDES SOCIALES: HALLAZGOS CLAVE

1. Experiencia

- Casi el 60% de los profesionales de Recursos Humanos encuestados afirman utilizar las redes sociales desde hace más de cinco años, y un 23% cuenta con entre tres y cinco años de experiencia en su uso.
- El 82% de los reclutadores acceden todos los días a las redes sociales.
- Los *smartphones* son la principal vía de acceso a redes sociales. Si hace cinco años eran poco más del 60% los profesionales de selección que accedían a redes sociales a través de sus terminales móviles, hoy la cifra alcanza el 92%, superando en uso tanto al ordenador personal (86%) como al de su trabajo (73%). Las *tablet* también ganan adeptos, pasando de un 20% en 2011 al 60% en 2015.
- El 82% de las empresas que han participado en este estudio tienen algún tipo de presencia en redes sociales. El dato paradójico lo encontramos en el 18% restante: el 14% de las compañías no cuentan con ningún perfil en RRSS; y el 4% de los profesionales de selección encuestados no saben si la empresa para la que trabajan está presente en alguna red social.

2. Estrategias de reclutamiento

- Los portales de empleo (95%), las páginas web de las empresas (84%) y las redes sociales (87%) son las tres herramientas más utilizadas por los profesionales de selección para reclutar a futuros candidatos, aunque su frecuencia de uso varía considerablemente en función del canal elegido.
- El nivel de satisfacción de los reclutadores con las redes sociales como herramienta de trabajo se queda en el 43%.
- LinkedIn es la red social más utilizada por las empresas españolas para reclutar talento. El 70% de los encuestados que usan las redes sociales para captar candidatos

recurren siempre a ella, a lo que hay que sumar un 16% que la utilizan de forma ocasional.

- Las empresas adaptan sus estrategias de recursos humanos a la red social que estén utilizando. LinkedIn es la más usada por los profesionales de selección cuando quieren comunicarse con los candidatos (82%), comprobar la veracidad de lo que estos dicen en su CV (81%) y buscar candidatos pasivos (78%); Facebook es la red elegida para publicar ofertas de empleo (52%), comunicarse con candidatos (47%) y comprobar la veracidad de los datos que incluyen los candidatos en sus CV. Twitter, por su parte, es el canal donde publicar ofertas (47%), comunicarse con los candidatos (39%) y reforzar la estrategia de *employer branding* de la empresa (39%).
- Reducir el tiempo de selección y/o contratación y mejorar la calidad de los CV que reciben las empresas son los dos motivos que más influyen en la utilización de las redes sociales como canales de intermediación laboral.
- El 71% de las empresas en nuestro país tienen previsto utilizar las redes sociales para reclutar talento durante 2016, un 10% más que en el último año.
- El 87% de los profesionales de RRHH esperan utilizar las redes sociales para seleccionar candidatos en el plazo de dos años. Le acompañarán en el proceso los portales de empleo (92%) y las webs corporativas (85%).
- El 40% de los profesionales de selección encuestados afirman que el reclutamiento en redes sociales terminará eliminando cualquier otra forma de reclutamiento.

3. Reputación online del candidato

- Una de cada tres empresas comprueba siempre la identidad digital del candidato.
- El 23% de los reclutadores han

contratado a un candidato por su actividad en redes sociales.

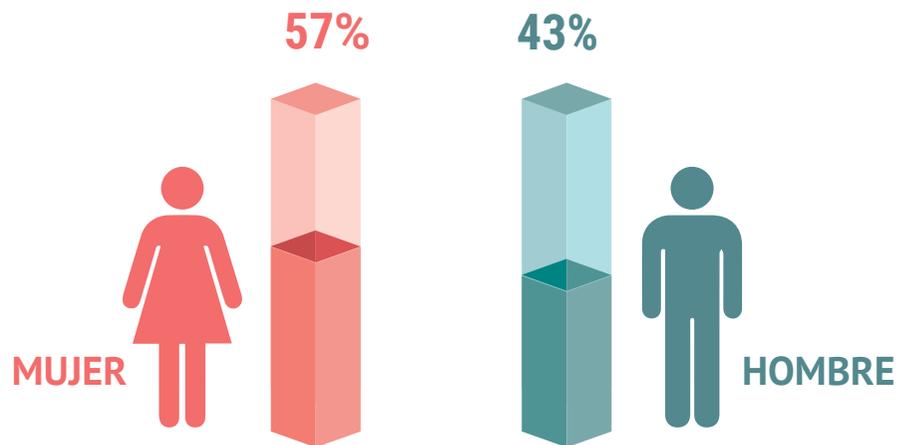
- Trayectoria profesional (86%), habilidades (82%) y experiencia (81%) son los elementos que más atención reciben por parte de los reclutadores en los perfiles de los candidatos en redes sociales.
- El 28% de las empresas han rechazado a un candidato por su actividad en redes sociales, un 14% más que en 2011.
- Los candidatos no deberían hacer apología de ningún tipo de violencia o discriminación en sus perfiles sociales si no quieren ser descartados en un proceso de selección. El 92% de las empresas los descartaría automáticamente por ese motivo. Tampoco se recomienda promover el consumo de drogas y/o alcohol (88%) o publicar imágenes de contenido sexual (87%).
- La mayoría de los expertos en selección acceden a los perfiles del candidato antes de conocerlo en persona, ya sea antes de realizar la entrevista (39%) o en el momento en el que reciben la candidatura (31%).
- Los perfiles de los candidatos en Facebook (61,5%) y LinkedIn (61%) son los más consultados por los reclutadores.
- El 69% de las empresas consideran que un candidato activo en redes sociales cuenta con mayores oportunidades laborales.

4. Employer branding y redes sociales

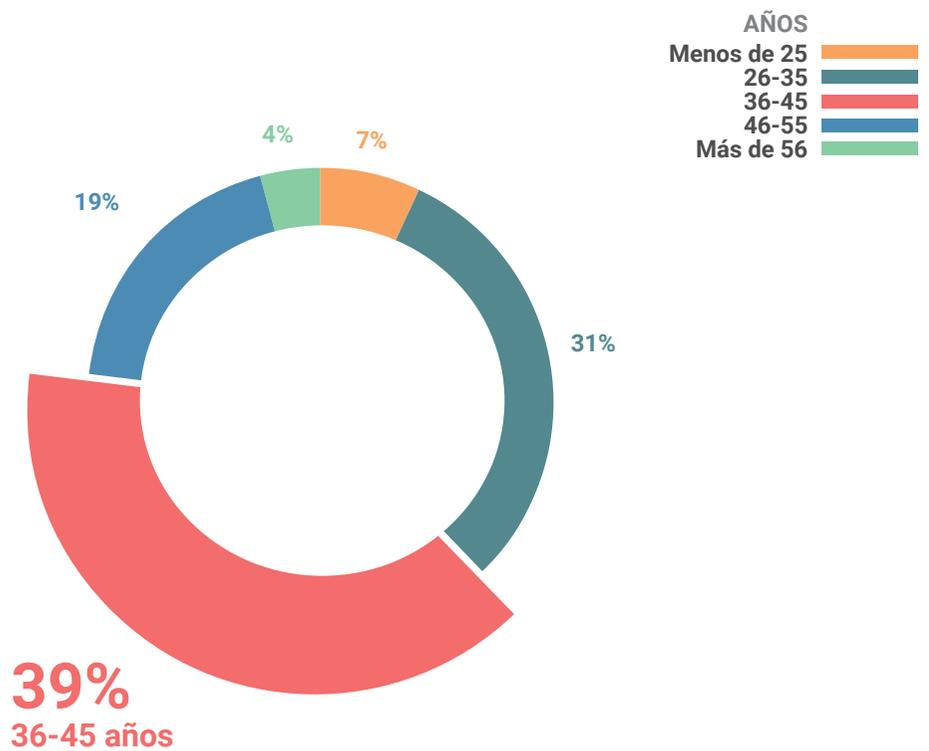
- El 76% de los profesionales de RRHH afirman que el *employer branding* tiene un gran impacto sobre la capacidad de las empresas para atraer y retener el mejor talento.
- El 70% de las empresas no invierten en Reclutamiento 2.0, y solo una de cada cuatro destina una partida de su presupuesto a realizar acciones de *employer branding* a través de redes sociales.

1. PERFILES

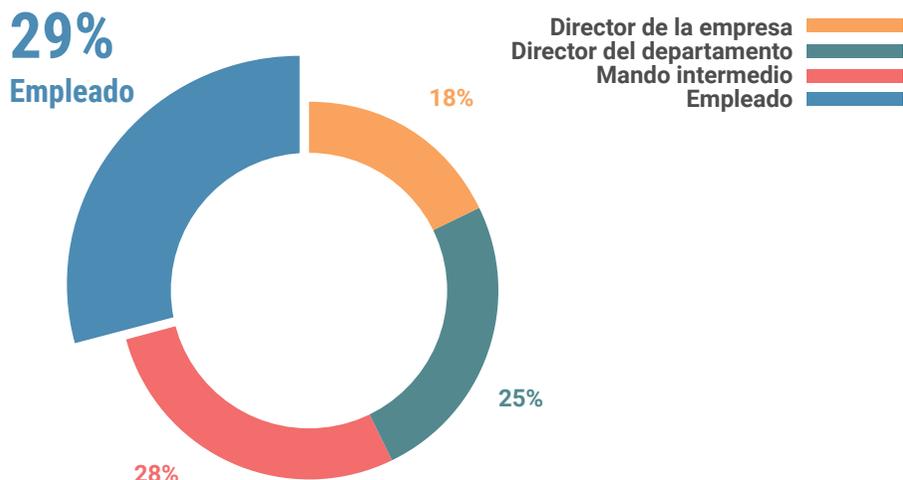
1.1 Sexo



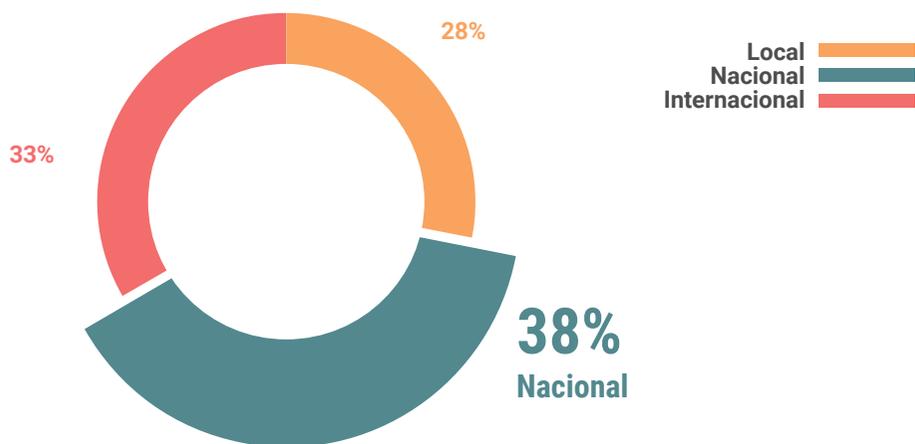
1.2 Edad



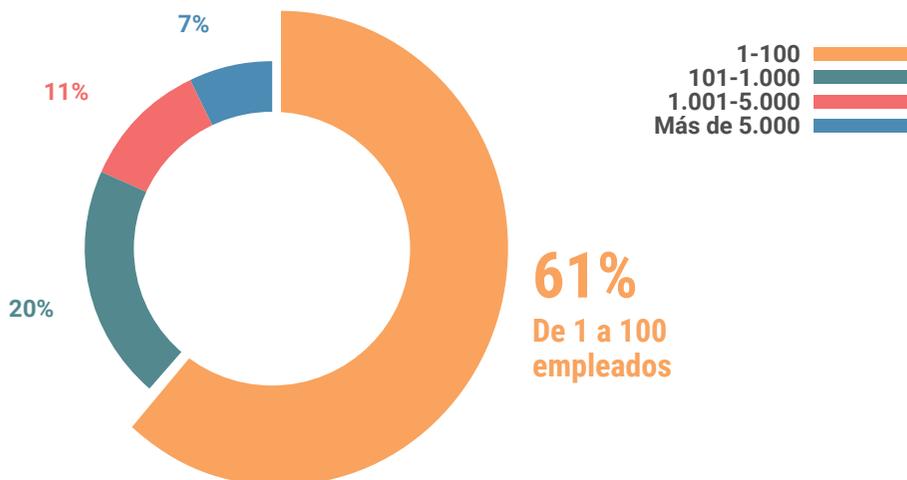
1.3
Cargo dentro
de la empresa



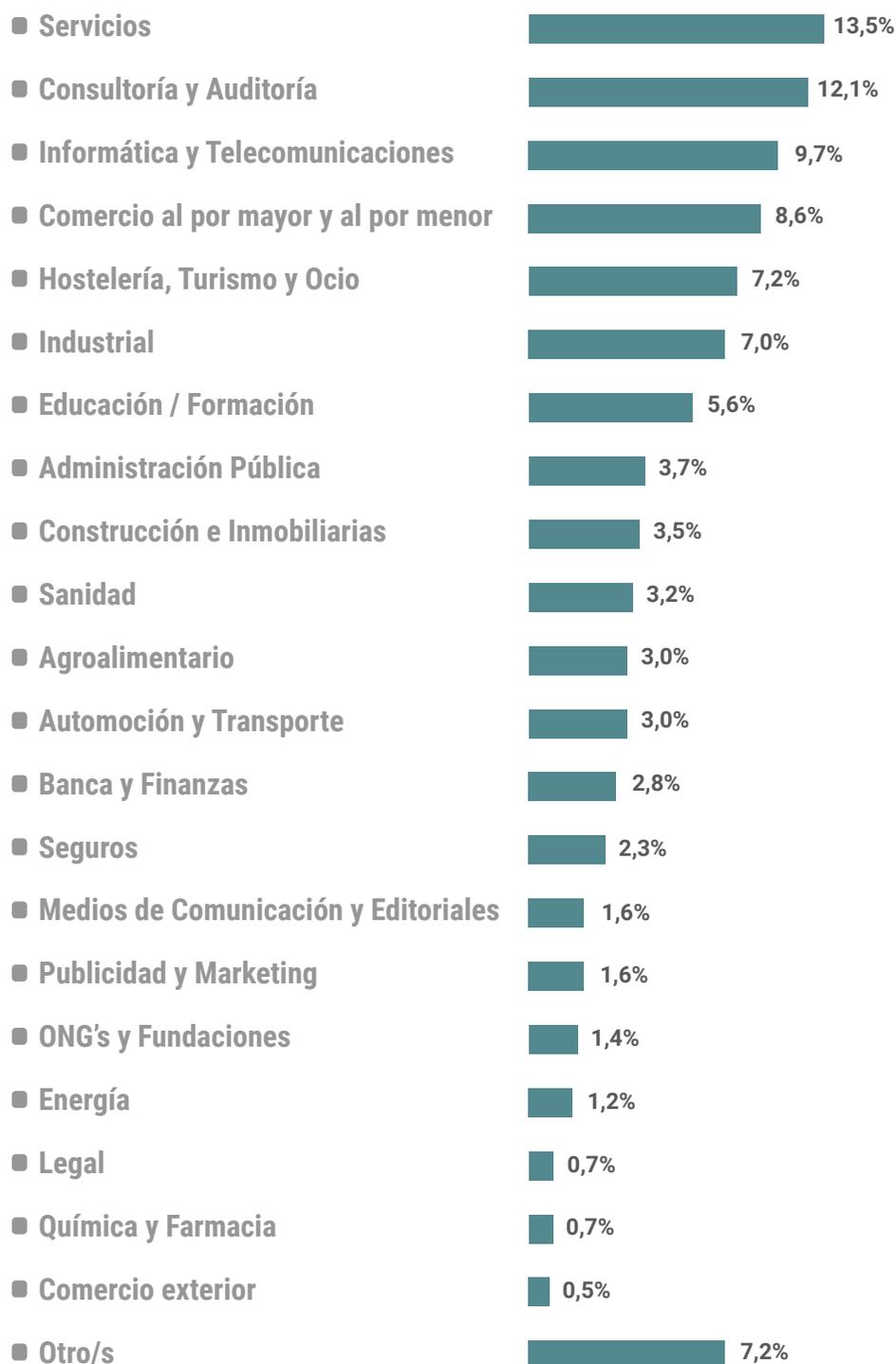
1.4
Ámbito de la
empresa



1.5
Número de
empleados de
la empresa



1.6 Sector al que pertenece la empresa

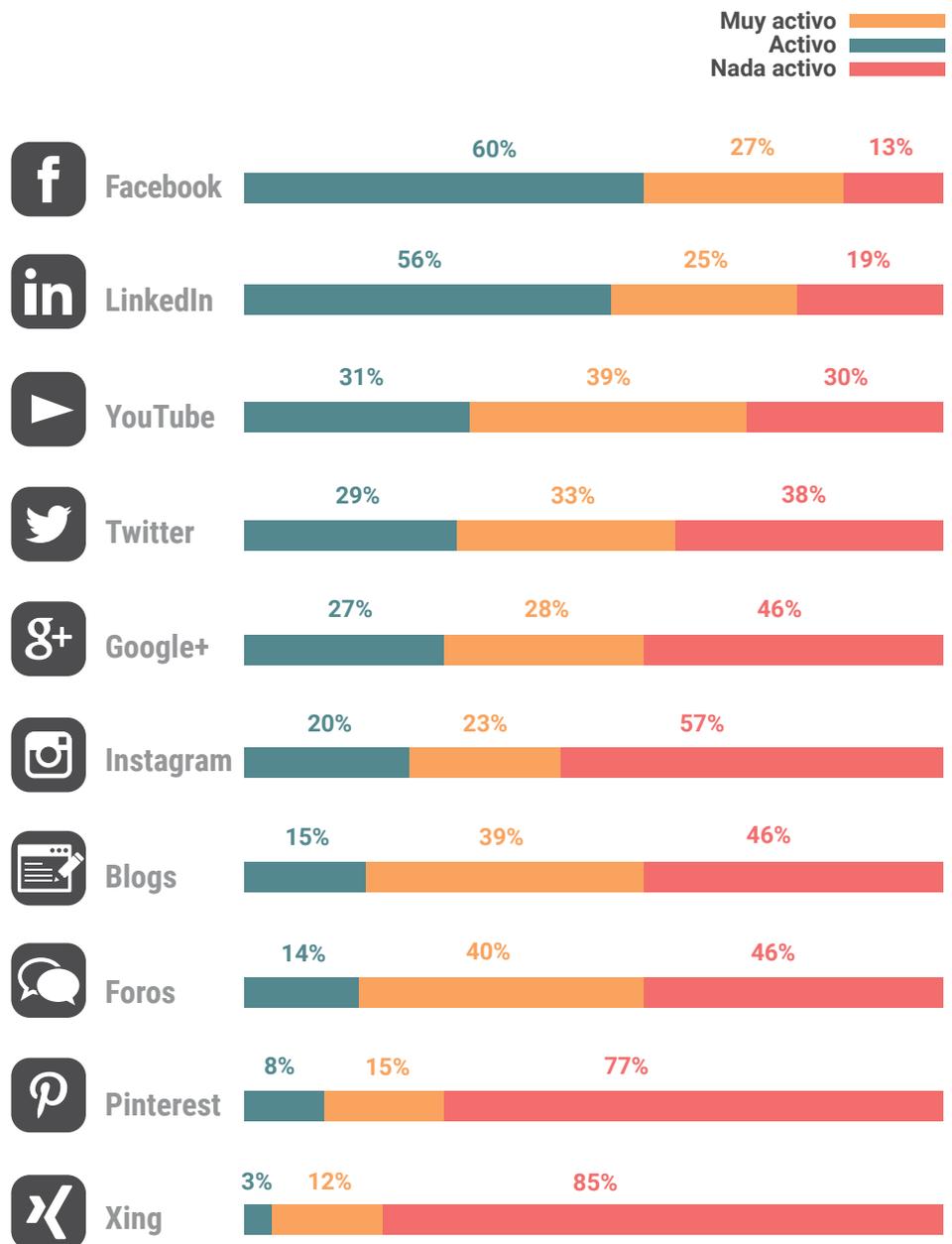


2. EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

2.1 ¿De cuáles de las siguientes redes sociales o comunidades online eres usuario activo?

Facebook, LinkedIn y Twitter son las redes sociales más utilizadas por los profesionales de Recursos Humanos, tanto en su vida personal como profesional, con porcentajes que se mueven entre el 85% y el 90% de actividad. Xing, a pesar de tratarse de una plataforma de networking online, sigue perdiendo partidarios entre

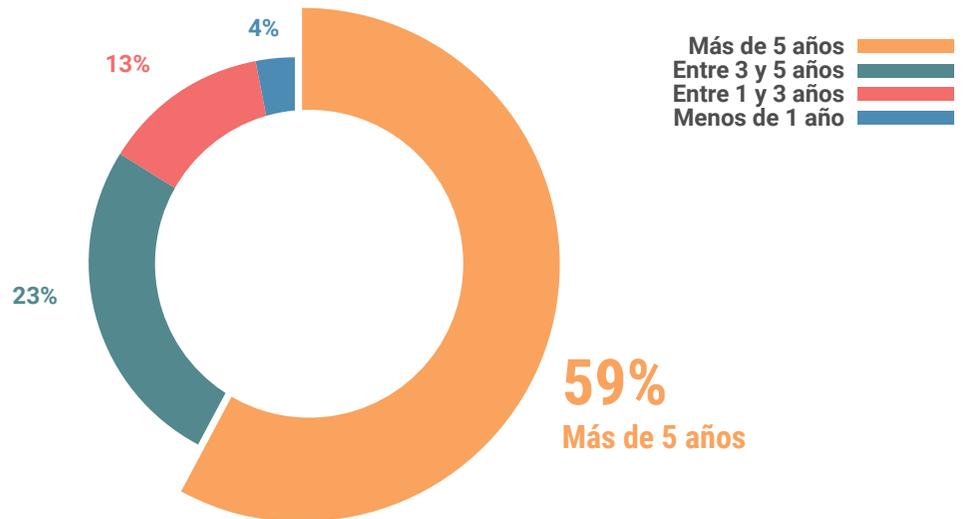
los reclutadores y cae un 8% desde la primera edición de este Informe, en 2011. YouTube, los foros y los blogs, aunque no responden a lo que teóricamente se entiende por una red social, también son plataformas en las que los profesionales de selección se muestran activos.



2.2 ¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales?

Los profesionales de Recursos Humanos son, en su gran mayoría, usuarios con sobrada experiencia en el uso de las redes sociales. Casi el 60% de los

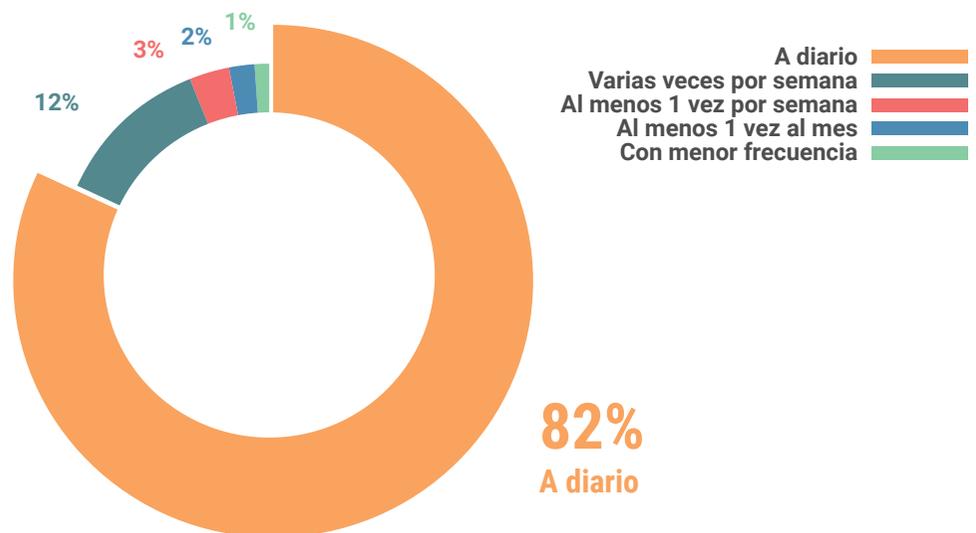
profesionales encuestados afirman utilizarlas desde hace más de cinco años, y un 23% cuenta con entre tres y cinco años de experiencia.



2.3 ¿Con qué frecuencia accedes 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 31% en el número de usuarios que las utiliza diariamente.

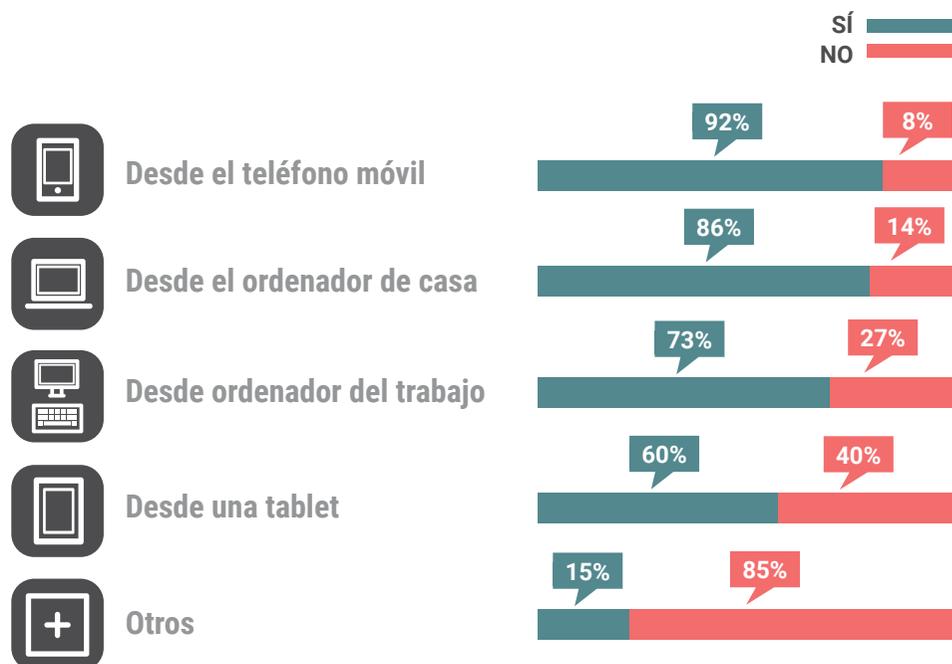
Una frecuencia que seguirá en aumento durante los próximos años auspiciada por la aparición de nuevas redes sociales y de nuevas funcionalidades en las que ya existen.



2.4 ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales?

Nuestros hábitos están cambiando a un ritmo frenético, tan frenético como el que nos marcan los avances en tecnología. Si hace cinco años eran poco más del 60% los profesionales de selección que accedían a redes sociales a

través de sus terminales móviles, hoy en día la cifra alcanza el 92%, superando en uso tanto al ordenador personal (86%) como al de su trabajo (73%). Las **tablet** también ganan adeptos, pasando de un 20% en 2011 al 60% en 2015.

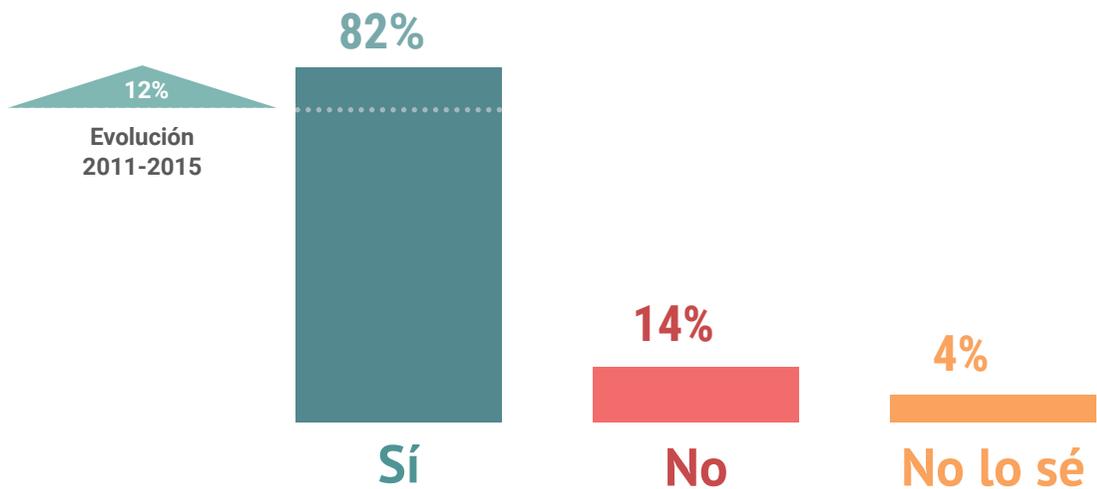


Los *smartphones* son la principal vía de acceso a redes sociales de los profesionales de RRHH

2.5 ¿Tiene tu empresa algún tipo de presencia en redes sociales?

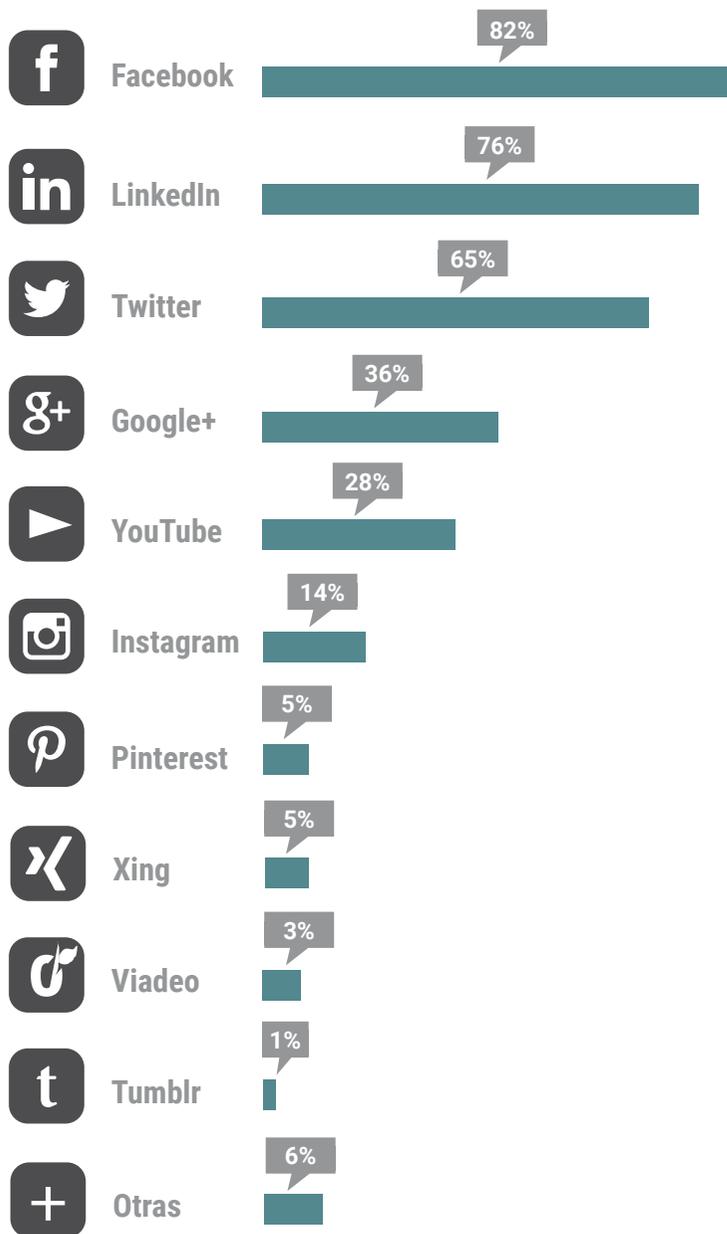
El 82% de las empresas que han participado en este estudio tienen algún tipo de presencia en redes sociales, lo que supone un 12% más que en 2011; una tendencia al alza que no sorprende al tratarse de un comportamiento totalmente extendido en el mundo empresarial de hoy en día.

El dato paradójico lo encontramos en el 18% restante: el 14% de las compañías no cuentan con ningún perfil en RRSS; y el 4% de los profesionales de selección encuestados no saben si la empresa para la que trabajan está presente en alguna red social.



.....
 El 14% de las empresas no cuentan con ningún perfil en redes sociales

2.6 En caso afirmativo, ¿en cuáles de las siguientes redes sociales tiene cuenta corporativa tu empresa?



3. ESTRATEGIAS DE RECLUTAMIENTO DE TALENTO

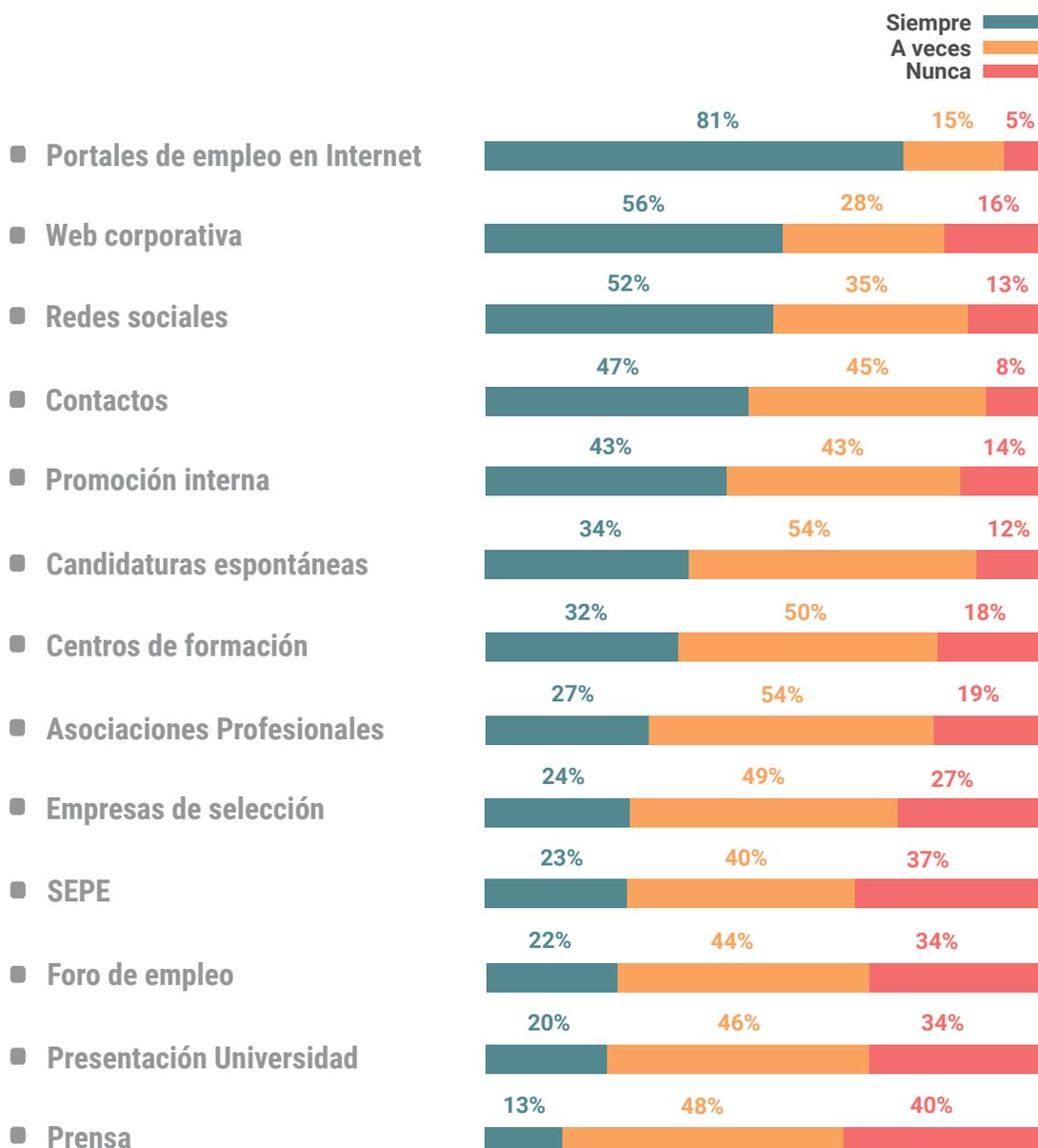
3.1 ¿Qué medios utilizas para entrar en contacto con los posibles candidatos para los puestos que deseas cubrir?

Los portales de empleo (95%), las propias páginas web de las empresas (84%) y las redes sociales (87%) son las tres herramientas más utilizadas por los profesionales de selección para reclutar a futuros candidatos, aunque su frecuencia de uso varía considerablemente en función del canal elegido.

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.



3.2 Evalúa el éxito en la contratación en los siguientes medios para entrar en contacto con los candidatos:

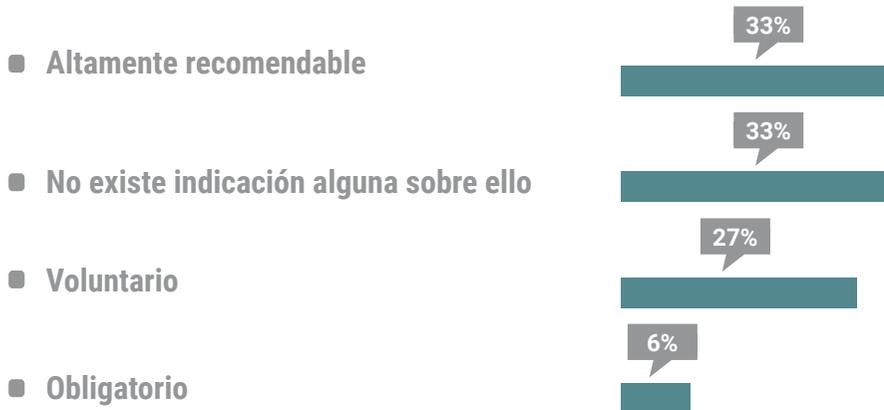
Los portales web de empleo siguen siendo el medio mejor valorado por los responsables de Recursos Humanos para reclutar talento en España. Un 69% considera satisfactoria o muy satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de ellos. Le siguen los contactos personales, considerados una herramienta efectiva o muy efectivas por el 45% de los reclutadores, y las redes sociales, cuya valoración positiva como canal de atracción

y selección de talento se mantiene en valores similares a los del año pasado (43%).

En el otro lado de la balanza nos encontramos con canales más convencionales, como el SEPE, los anuncios en prensa, los foros de empleo y las presentaciones en las universidades, que siguen recogiendo opiniones negativas o muy negativas por parte de los profesionales de Recursos Humanos.



3.3 En tu empresa, el uso de las redes sociales para captar y atraer talento es...



.....
 Sólo el 6% de las empresas tienen una política de obligatoriedad respecto al uso de las RRSS para atraer talento

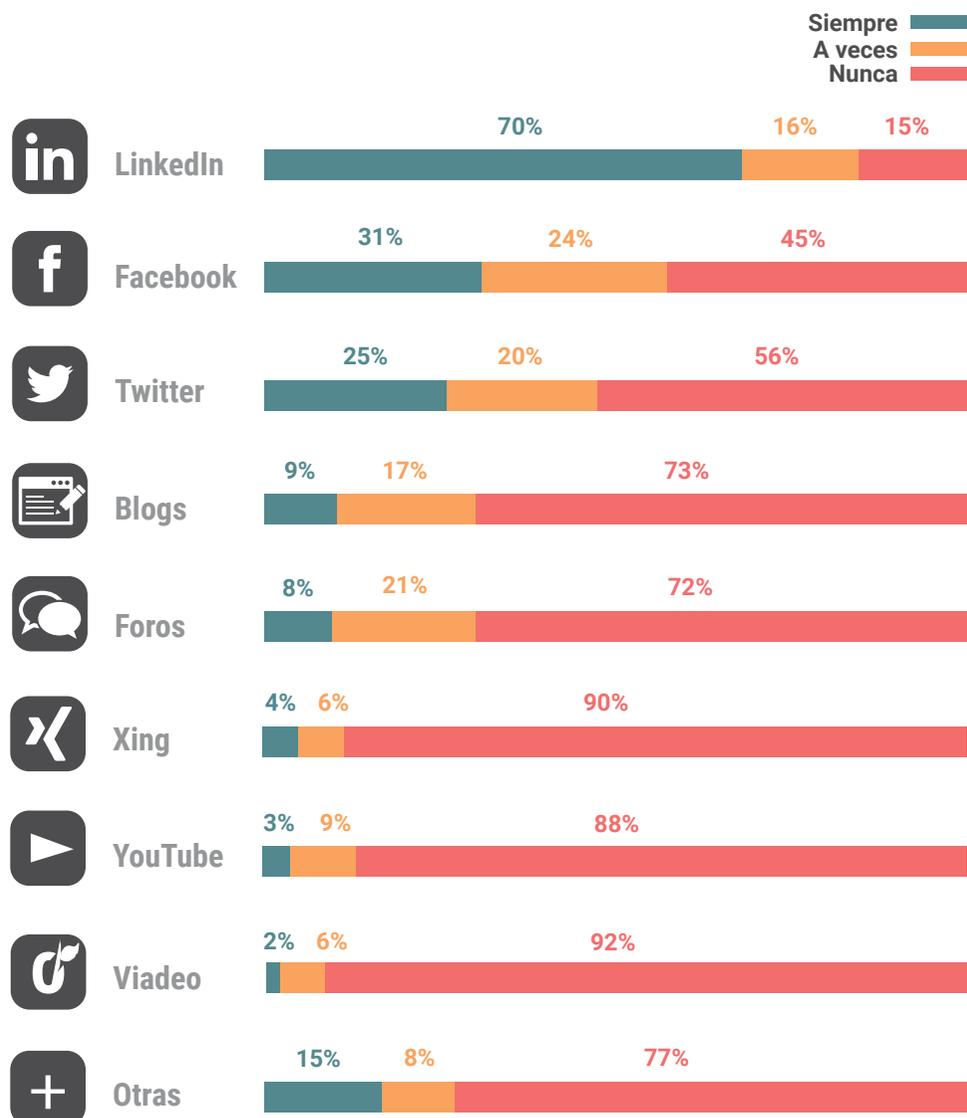
3.4 ¿Qué redes sociales, comunidades online o medios sociales han utilizado para reclutar en tu empresa? ⁽¹⁾

LinkedIn es, un año más y por mayoría, la red social más utilizada por las empresas españolas para reclutar talento. El 70% de los encuestados recurren siempre a ella para atraer a futuros empleados, a lo que hay que sumar un 16% que acuden a ella de forma ocasional.

Le siguen Facebook, cuyo uso entre los reclutadores ha aumentado un 12% en este último año y es la red social utilizada por el 55% de los profesionales encuestados; y Twitter, que en 2015 reduce un

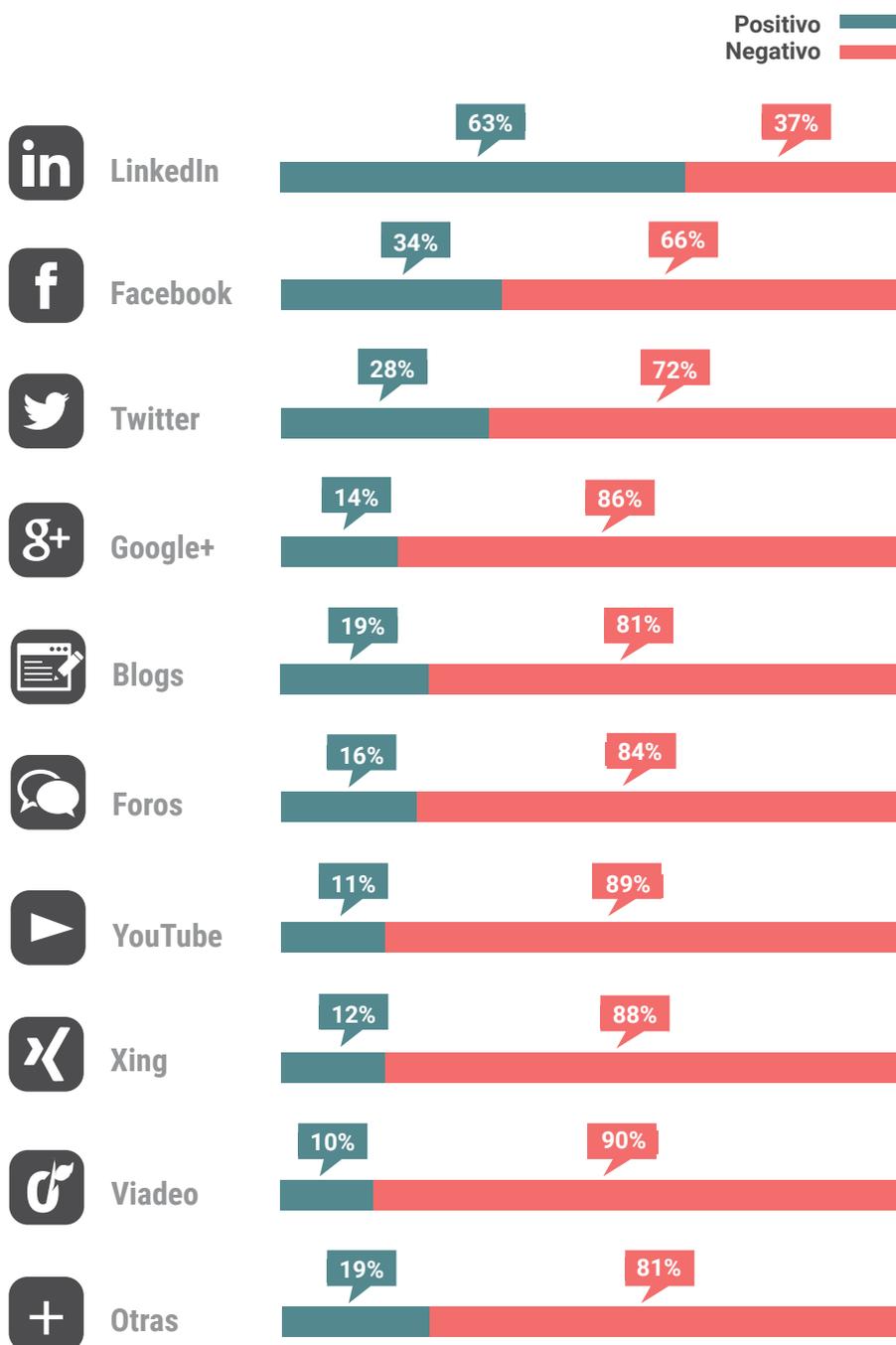
4% el número de profesionales que acuden a ella cuando necesitan aumentar su plantilla, cayendo hasta el 45%.

En términos globales, y desde 2011, las redes sociales que más han incrementado su uso por parte de los profesionales de RRHH para captar candidatos también coinciden: LinkedIn, con una subida del 35%; y Facebook y Twitter, ambas con aumentos superiores al 20%, son las redes sociales que registran un comportamiento más positivo.



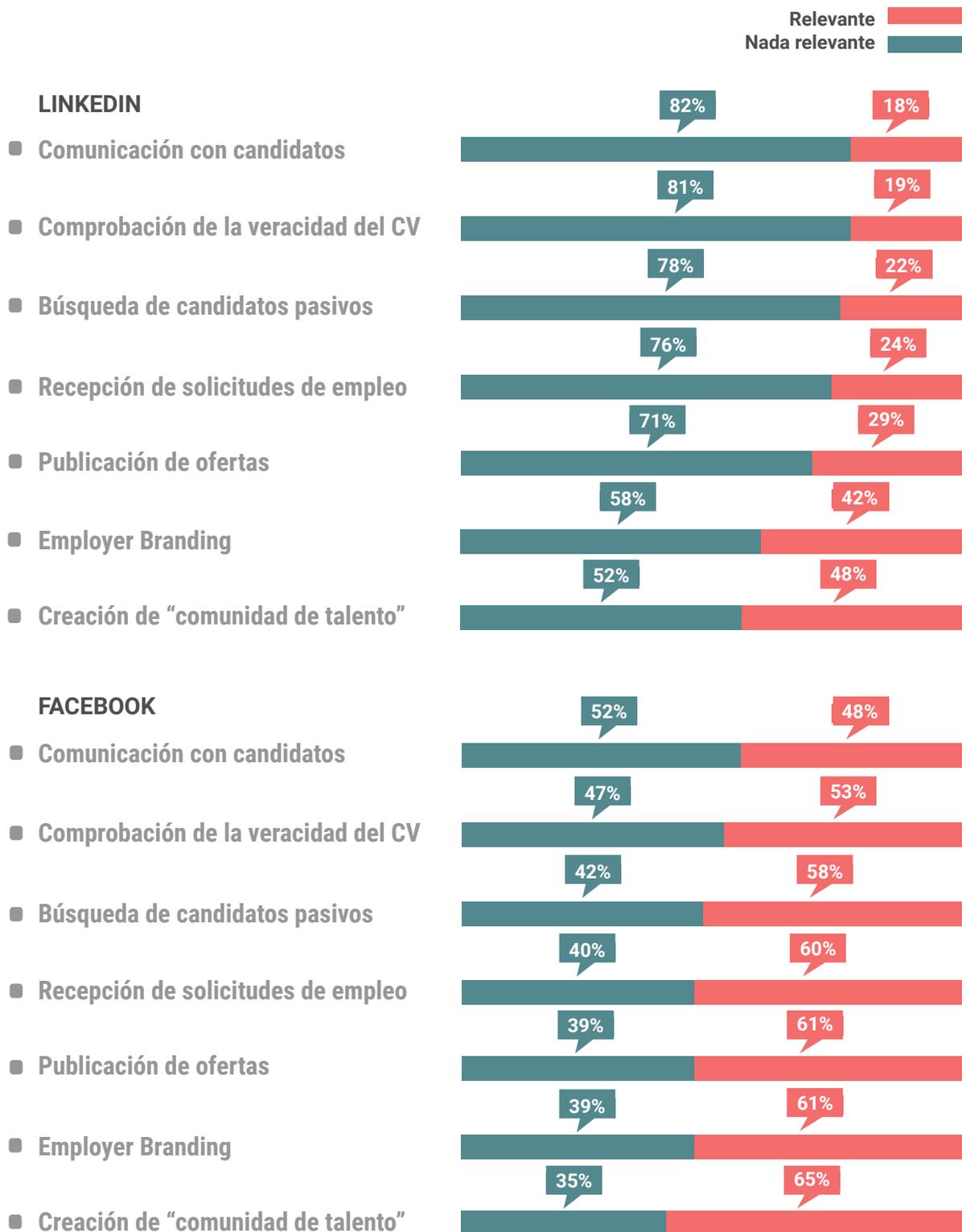
⁽¹⁾ Muestra: profesionales que han usado las RRSS para reclutar talento.

3.5 Evalúa el éxito en la contratación a través de las redes sociales que han utilizado en tu empresa para captar talento⁽¹⁾.



⁽¹⁾ Muestra: profesionales que han usado las RRSS para reclutar talento.

3.6 ¿Qué tipo de estrategia de reclutamiento desarrolla tu empresa en las siguientes redes sociales?

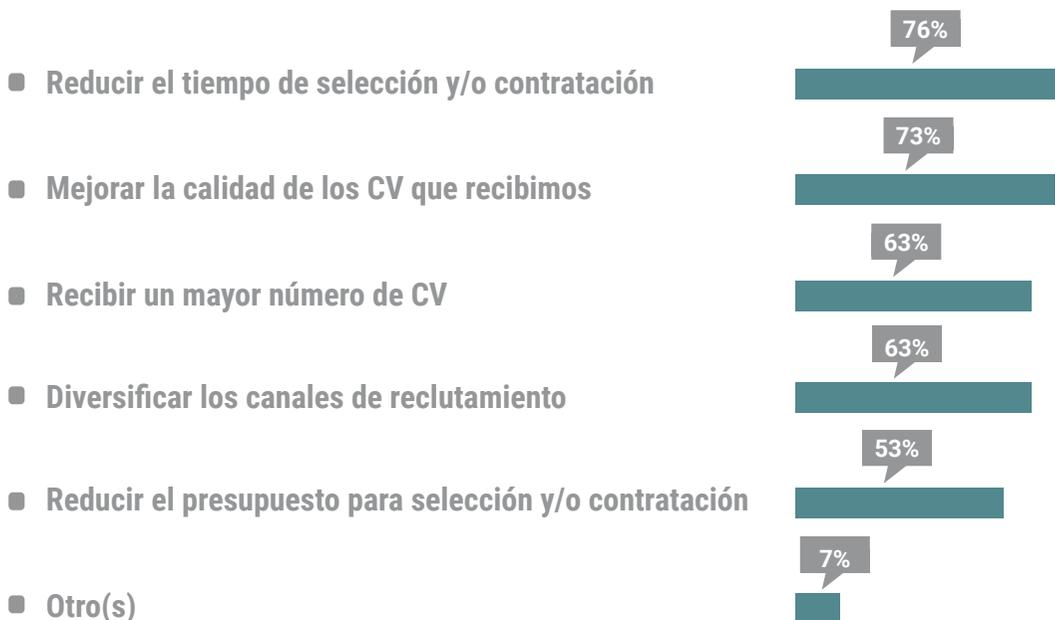


(1) Muestra utilizada: sólo los que han contestado que sí han utilizado las RRSS para reclutar

TWITTER



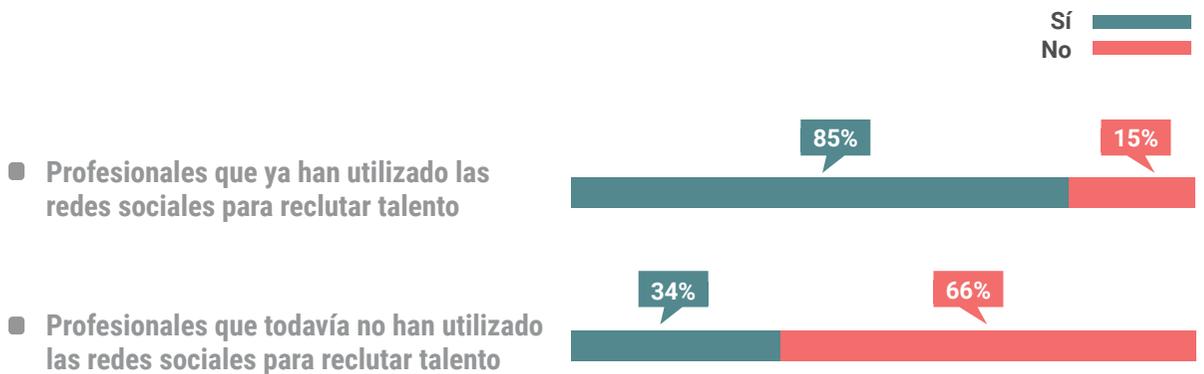
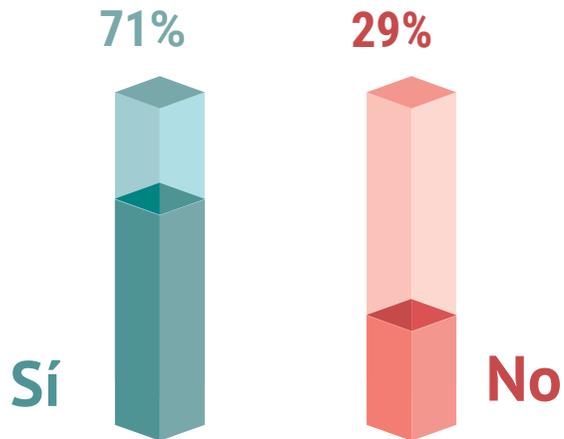
3.7 ¿Qué objetivos crees que se pueden conseguir utilizando las redes sociales como canal de intermediación laboral?



3.8 ¿Tienes pensado utilizar las redes sociales para reclutar en 2016?

El 71% de las empresas en nuestro país tienen previsto utilizar las redes sociales para reclutar

talento en los próximos meses, un 10% más que en el último año.

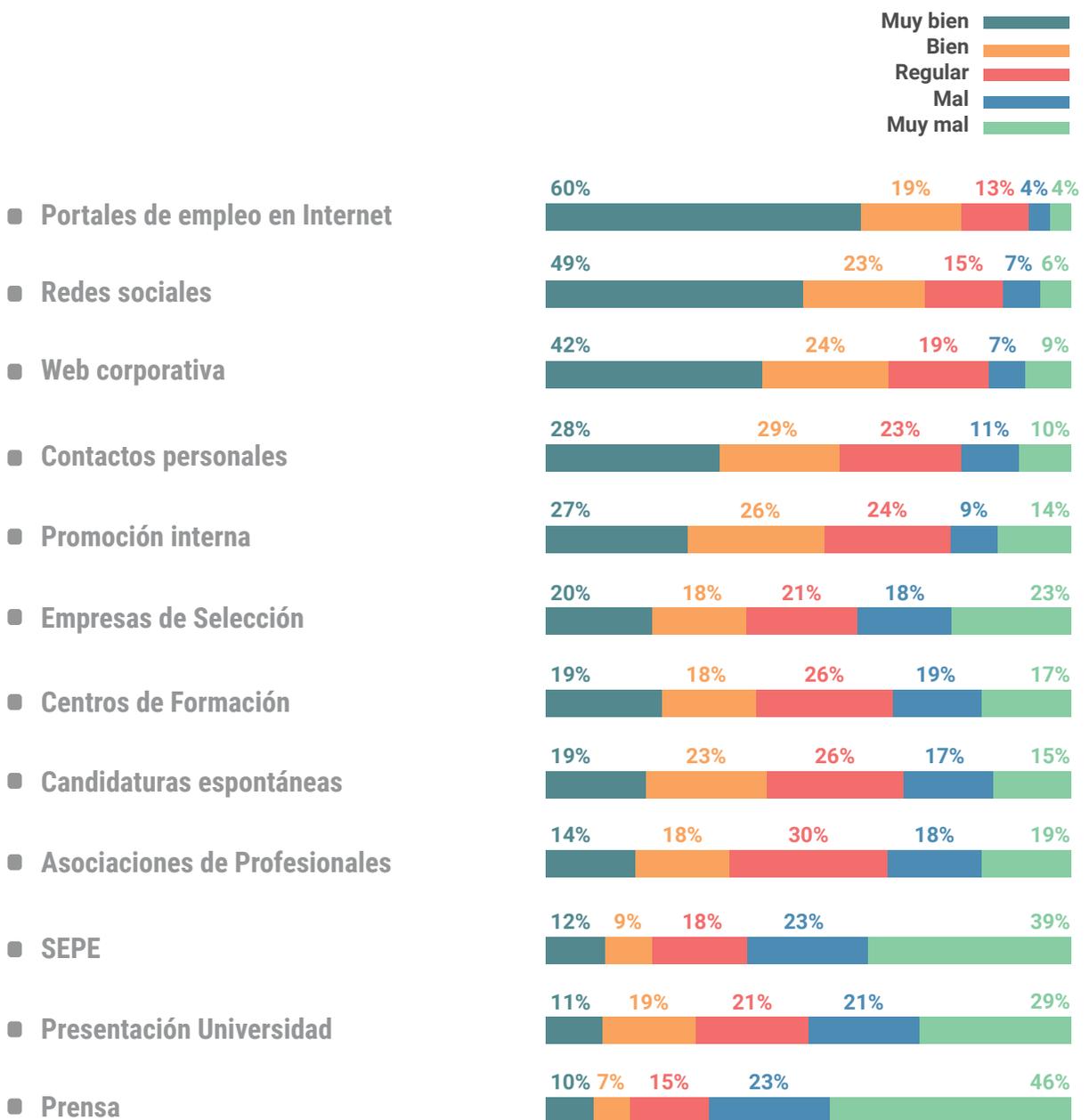


3.9 ¿Qué medios consideras que vas a utilizar dentro de 2 años para buscar candidatos?

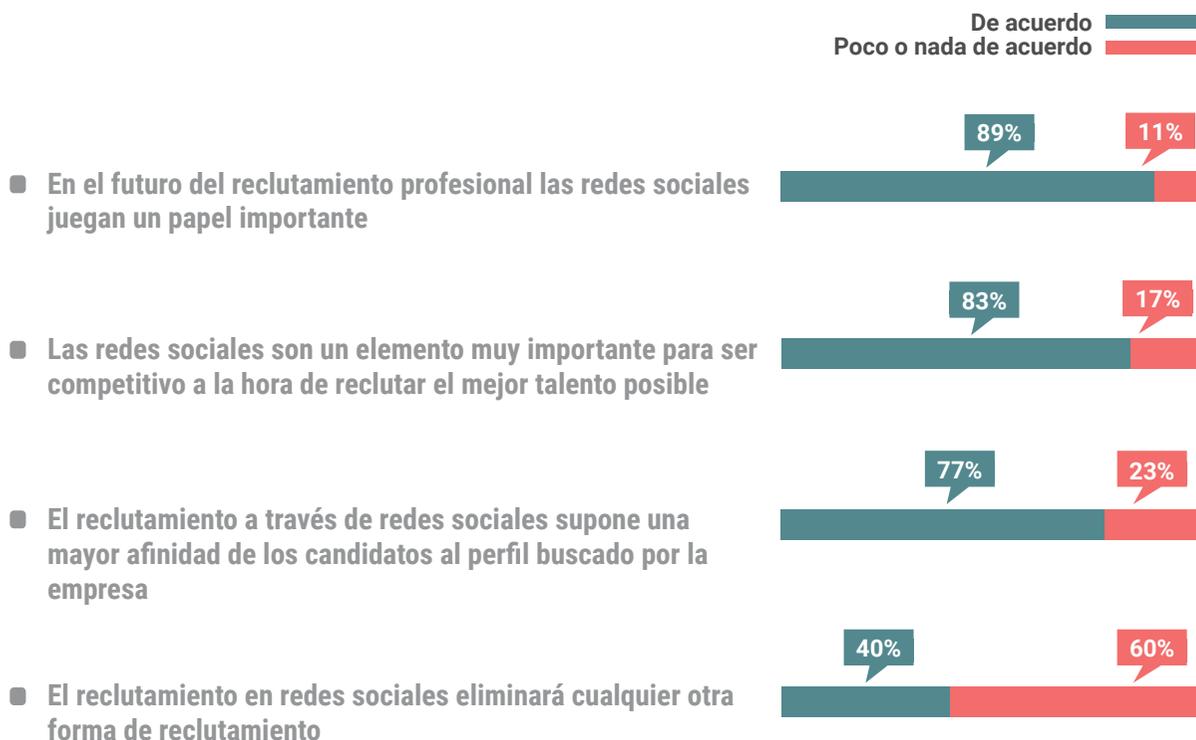
La mayoría de los responsables de Recursos Humanos, al ser preguntados por los medios de reclutamiento que utilizarán en el plazo de dos años, afirman que **las redes sociales estarán entre las herramientas que más utilizarán para captar talento**, recibiendo el respaldo del 87% de los reclutadores. Le acompañarán en el proceso los portales de empleo (92%) y las webs corporativas (85%). Los contactos personales y la promoción interna, como ya viene siendo

habitual, seguirán formando parte del **mix** de medios que emplearán las empresas para reclutar candidatos.

Los profesionales consultados apuestan también por la aparición en el futuro de nuevos medios que, con total seguridad, seguirán revolucionando su forma de conectar y comunicarse con el talento que necesitarán captar para sus empresas.



3.10 Valora, en función de tu acuerdo o desacuerdo, las siguientes afirmaciones:



.....
 Nueve de cada diez
 reclutadores apuestan
 por el uso de las Redes
 Sociales en el futuro

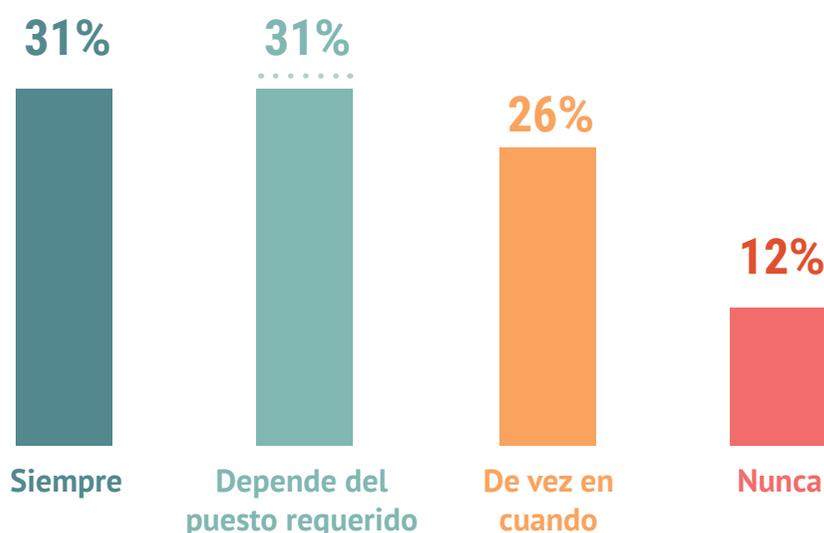
4. IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN ONLINE DEL CANDIDATO

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 las han integrado de forma relevante en sus procesos de selección.

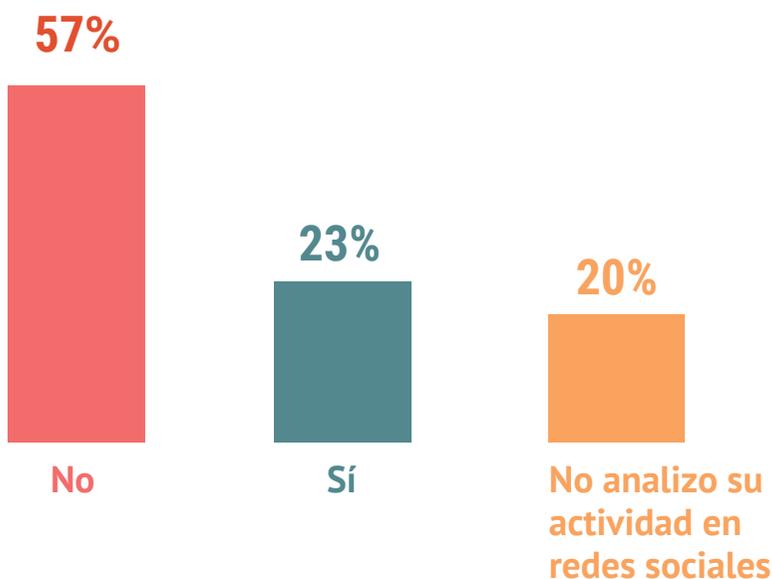
Durante este último año tan sólo un 23% de las empresas han seleccionado a un candidato por su actividad en las redes sociales, un porcentaje que sube hasta el 28% cuando se trata de desestimar la candidatura de un aspirante a un puesto de trabajo por su actividad

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.

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



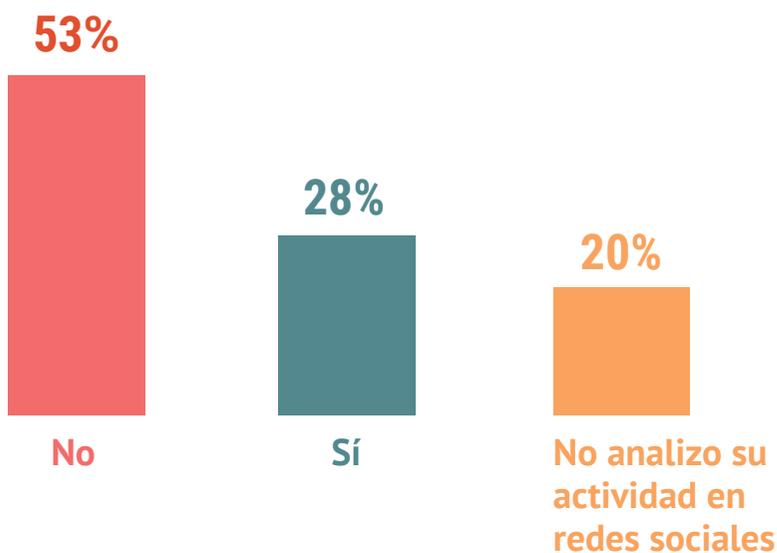
4.2 ¿Alguna vez has SELECCIONADO a un candidato por su actividad en redes sociales?



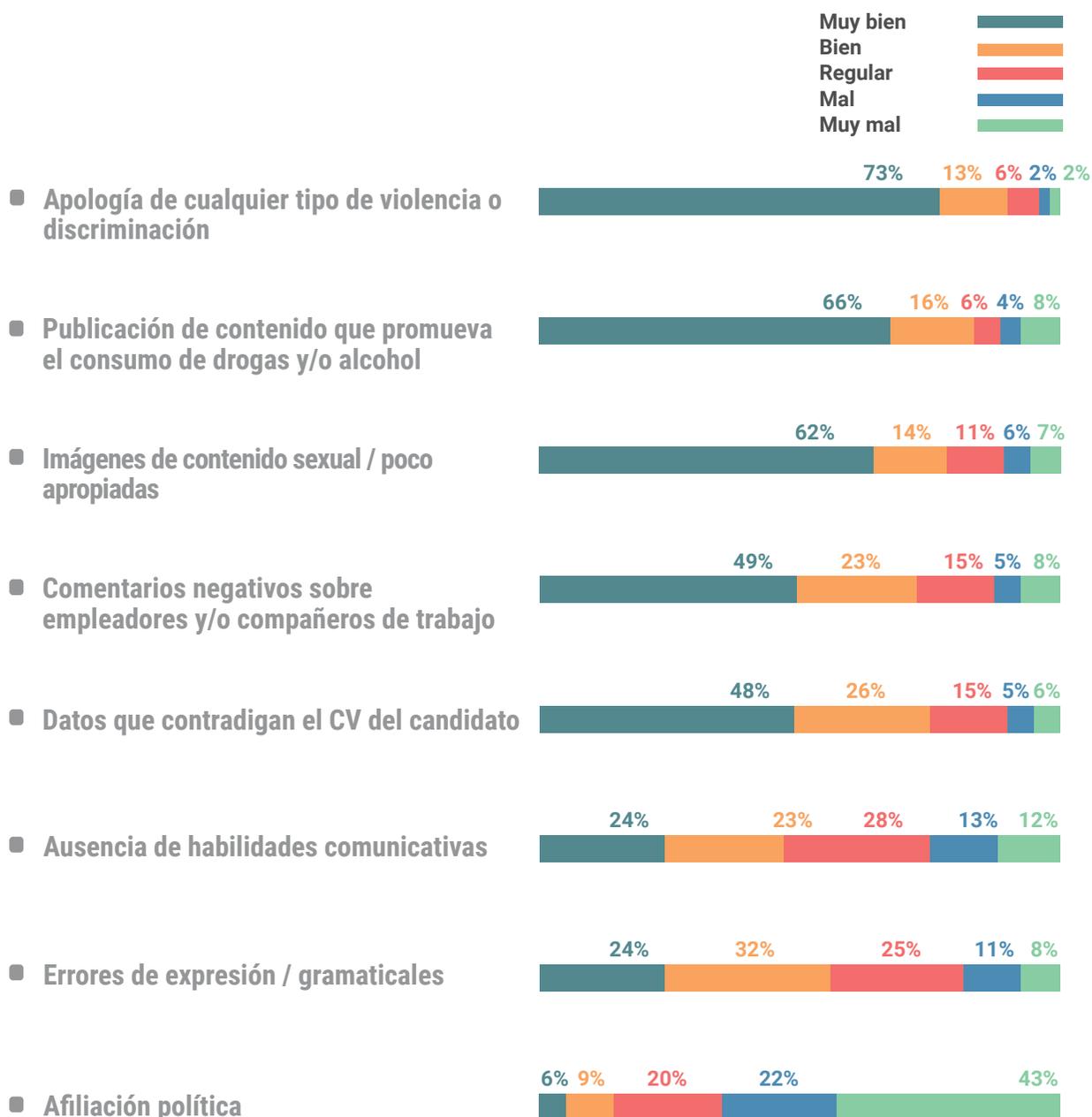
4.3 En los procesos de reclutamiento a través de redes sociales, ¿qué es lo que buscas en los perfiles de los candidatos?



4.4 ¿Alguna vez has RECHAZADO a un candidato por su actividad en redes sociales?



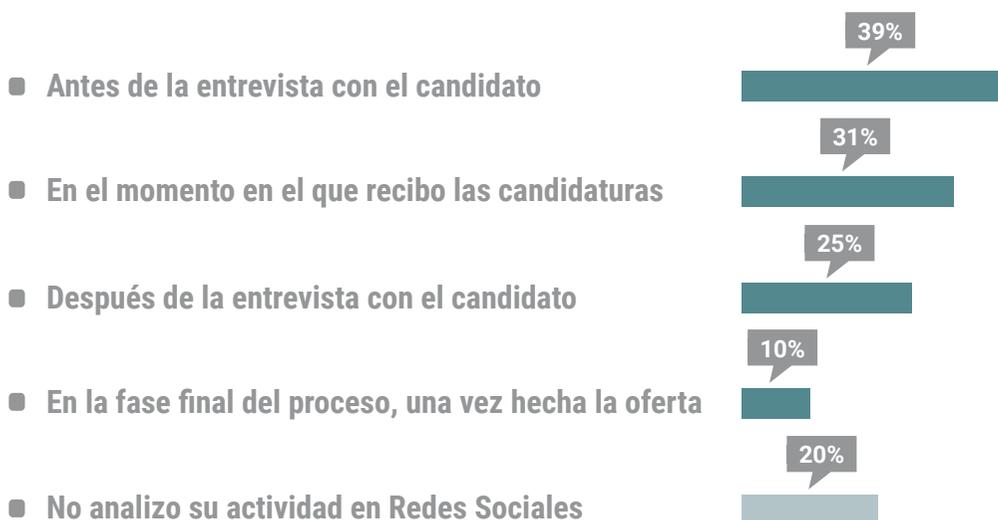
4.5 ¿Cuáles de los siguientes aspectos harían que rechazases a un candidato por su actividad en redes sociales?



4.6 ¿En qué momento analizas la actividad y reputación del candidato en las redes sociales?

Con el objetivo de complementar la visión que aporta el currículum 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 de RRSS de los candidatos.



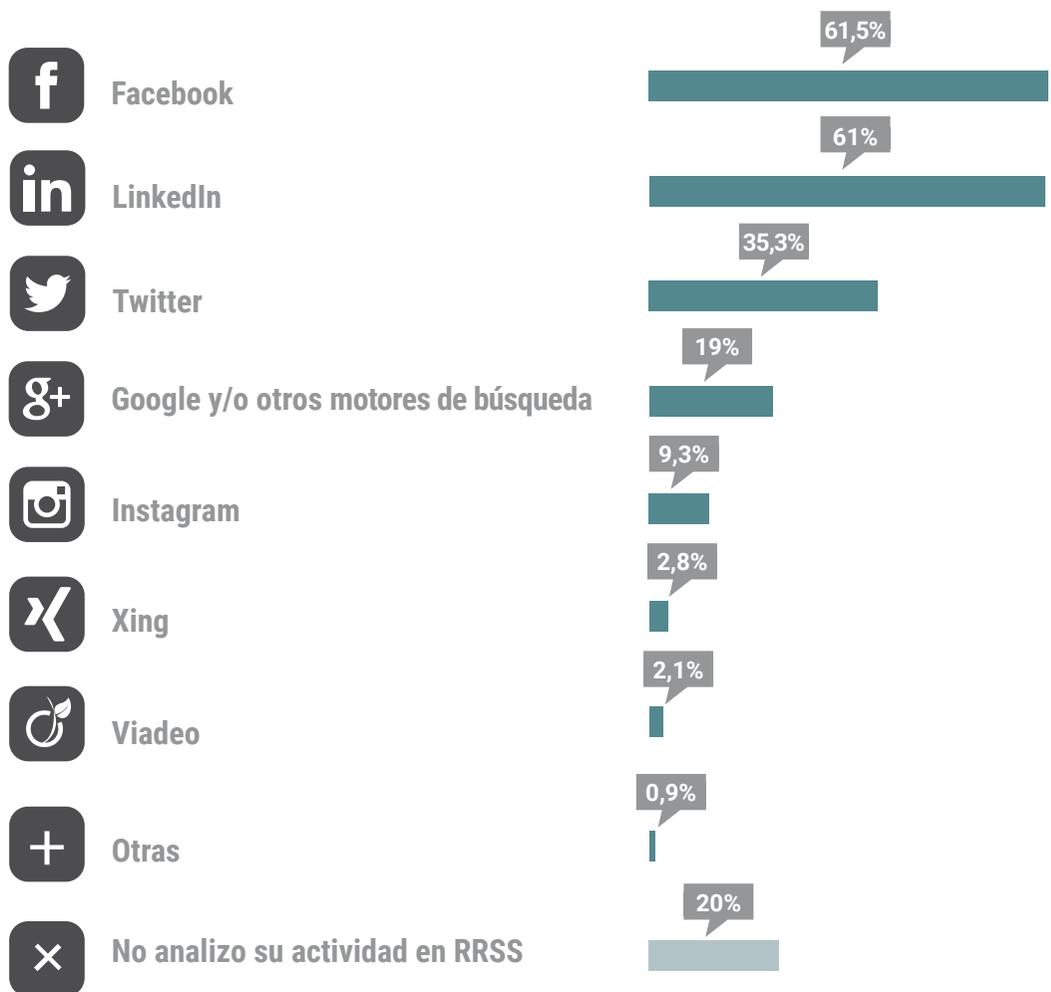
.....

La mayoría de los reclutadores acceden a los perfiles del candidato antes de conocerlo en persona

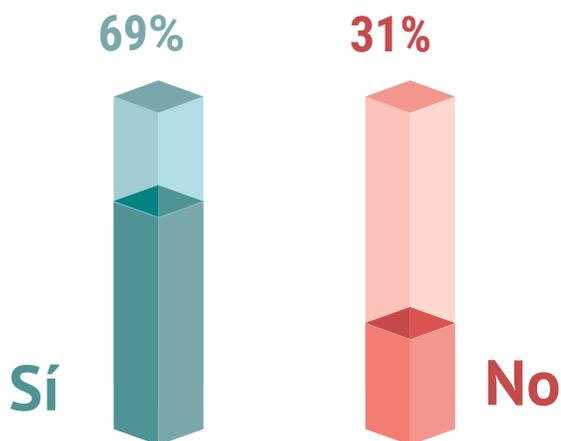
4.7 ¿A qué perfiles del candidato en redes sociales o comunidades online suele acudir para obtener información sobre su reputación?

LinkedIn y Twitter son las redes sociales que más han aumentado su peso como plataforma a la 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 primera RRSS a la que más acuden los reclutadores para obtener información sobre los candidatos, pierde peso y cae un 6% con respecto a 2011.



4.8 ¿Consideras que el candidato activo en redes sociales tiene más oportunidades laborales que el inactivo?



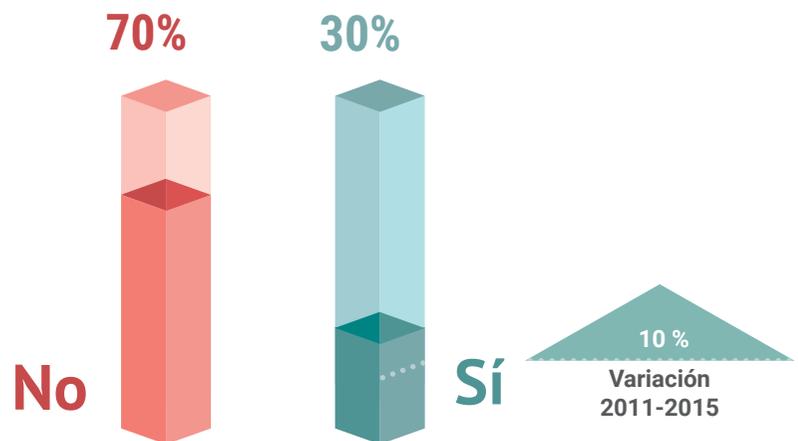
.....
El candidato activo en redes sociales cuenta con mayores oportunidades laborales

5. EMPLOYER BRANDING Y REDES SOCIALES

5.1 ¿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, y mejora en diez puntos el porcentaje

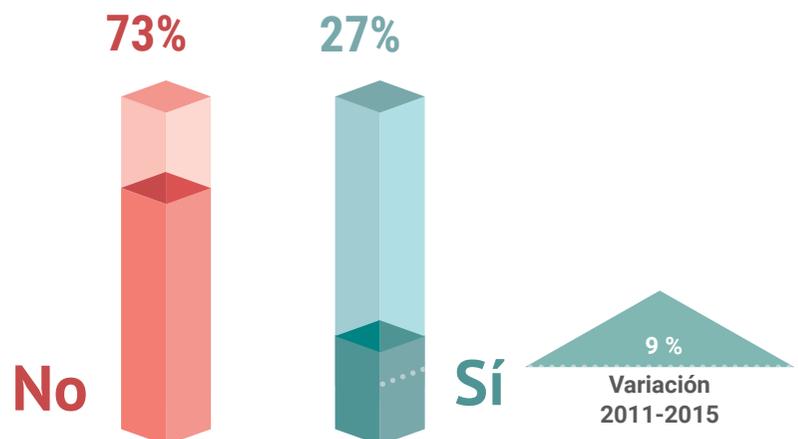
obtenido en 2011, la gran mayoría de las empresas sigue sin invertir en este medio.



5.2 ¿Y para realizar acciones de Employer Branding a través de las redes sociales?

Las redes sociales son el canal ideal para fidelizar el talento de una compañía, pero por el momento las empresas siguen sin destinar recursos económicos

que ayuden a construir y mejorar la imagen de marca de los empleadores.



5.3 Valora, en función de tu acuerdo o desacuerdo, las siguientes afirmaciones:



A man with dark hair and a beard, wearing a green t-shirt and a grey cardigan, is smiling and looking down at a tablet computer he is holding. The background is a blurred indoor setting.

**VUELVE
A CREER
EN EL
TALENTO**

VUELVE A CREER EN EL TRABAJO

Adecco Group

Spring
Professional

**LEE HECHT
HARRISON**

SELECCIÓN - CONSULTORÍA - FORMACIÓN
TRABAJO TEMPORAL - OUTSOURCING

