

INFORME 2016
INFOEMPLO-ADECCO
**REDES SOCIALES
Y MERCADO DE
TRABAJO**



SOBRE ESTE ESTUDIO

En su quinta 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:

- 9.532 candidatos (empleados, desempleados y freelance/autónomos).
- 295 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 GUEL BENZU

Director General de Infoempleo.com
@guelbenzu

McLuhan decía que “toda tecnología tiende a crear un nuevo entorno humano”. La gran (re)evolución que se ha dado durante los últimos años tiene su razón de ser precisamente ahí, en los avances tecnológicos, que son los que han provocado un profundo cambio en prácticamente todos los niveles de nuestra vida, incluida la intermediación laboral.

El protagonismo de la tecnología en los procesos de búsqueda de empleo y reclutamiento de candidatos es cada vez mayor. Hace tan solo 20 años el curriculum era un pedazo de papel; ahora todos tenemos una “identidad digital” que va mucho más allá del CV. Nos hemos convertido en productos de marketing: todos los datos que se pueden encontrar sobre una persona o una empresa en la web generan marca, personal y/o profesional.

El mercado laboral también es una “aldea global”

Los avances tecnológicos han hecho posible que una empresa en Estados Unidos reclute a un candidato (o cientos) en España. Simplemente necesitan estar presentes, ambos, en alguna plataforma digital (portal web de empleo, site corporativo, redes sociales...) para que se establezca la conexión.

Hoy en día, cualquier persona tiene más poder sobre el desarrollo de su carrera profesional que nunca antes. ¿Quieres trabajar en Australia? ¿En una multinacional suiza? ¿En un gigante de Internet? El 86% de las empresas en España tiene presencia en redes sociales, y el 84% de los profesionales

de selección las utiliza para reclutar candidatos, por lo que la puerta de acceso a cualquier empresa está abierta.

Y lo mismo ocurre desde el otro lado: el 91% de los candidatos tiene cuenta en redes sociales, y el 78% las utiliza para buscar empleo. Cualquier compañía que necesite reclutar a nuevos empleados podrá acceder a gran parte del talento que hay en el mundo. Sin embargo, la teoría no es una representación perfecta de la realidad, y las redes sociales, que comienzan a mostrar ciertos signos de agotamiento, tienen ante sí grandes retos.

¿Existe cansancio por las redes sociales?

Puede resultar paradójico, pero no por ello tiene menos sentido: aunque cada vez hay más usuarios registrados en redes sociales, la actividad que realizan es mucho menor. De hecho, seis de cada diez usuarios muestran una actitud cada vez más pasiva en las redes (fundamentalmente leen lo que otros publican).

Además, tan solo el 40% de los usuarios encuestados para este estudio utiliza las redes sociales con fines profesionales. El punto fuerte de este tipo de plataformas siempre ha sido su esfera “personal”: facilitar la relación y comunicación entre las personas; pero los hábitos están cambiando. Los servicios de mensajería instantánea, como Whatsapp, Telegram, SnapChat, están comiendo terreno a las redes sociales porque cubren necesidades en ese ámbito, y aportan privacidad.

¿Es fácil encontrar al candidato ideal en las redes?

Es cierto que el uso de las redes sociales como herramientas de búsqueda de candidatos ha supuesto una revolución en el ámbito de los recursos humanos, pero el tiempo que se tarda en hacer esa investigación podría alejar a los profesionales de selección de su función más importante: contratar nuevos empleados.

A día de hoy las redes siguen sin ser eficientes a la hora de buscar a los candidatos idóneos. Los recursos que se requieren para ello son muchos, especialmente si se estiman en tiempo de búsqueda y recopilación y clasificación de perfiles.

El futuro que nos espera

Así como pocos fueron capaces de prever hace diez años la revolución que iba a suponer la aparición de las redes sociales, resulta imposible predecir con suficiente fiabilidad lo que pasará en el ámbito del recruitment en los próximos diez años. Y más con la velocidad de vértigo a la que cambia nuestro mundo.

¿Quién sabe? Puede que mientras tú lees estas líneas, alguien esté desarrollando una nueva herramienta que revolucionará la forma en la que se busca tanto empleo como empleados, pero ese será un puente que solo podremos cruzar cuando lleguemos a él. La única seguridad que tenemos pasa por un futuro digital, y la evolución de la tecnología será la que marque nuestro ritmo. La innovación y la capacidad de reacción al cambio serán decisivas.

IRIA VÁZQUEZ

Directora de Servicio y Calidad de Adecco

@IriaVPalacios

Un año más, estamos encantados de presentaros el V Informe Infoempleo-Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España. En este tiempo hemos ido viendo como el noviazgo entre las RRSS y candidatos y empresas se ha consolidado. 4 de cada 5 personas recurren a las RRSS para buscar empleo. 8 de cada 10 reclutadores se apoyan en ellas para hacer visibles las ofertas de empleo. Hemos visto también como entran en juego nuevas Redes Sociales, y lo seguirán haciendo... LinkedIn y Facebook se consolidan como las más relevantes. Ya nadie duda de que las RRSS juegan un papel importante en el mercado de trabajo... El reto para todos los actores del mundo del empleo es entender como nos pueden ayudar, y por tanto sacarles el máximo partido.

Nuestra mayor responsabilidad como empresa líder en el mercado laboral es conocer las inquietudes de las personas que buscan empleo, y cuáles son sus hábitos de búsqueda. Solo de esta forma conseguiremos atraer al mejor talento y hacer de puente para que nuestras empresas clientes desarrollen sus organizaciones e impulsen sus resultados de negocio.

La forma en la que las personas viven, se comunican y trabajan ha cambiado mucho en los últimos años. Aspectos como la flexibilidad horaria o los nuevos entornos de trabajo han cobrado protagonismo, además del salario, como fuentes de motivación de los empleados. Las personas quieren sentirse motivadas y formar parte de un equipo y un proyecto únicos. De igual forma, el ámbito de la atracción de talento ha evolucionado y lo seguirá

haciendo en los próximos años. Debemos apostar por una estrategia de atracción de talento centrada en el candidato, eliminando las etiquetas y centrándonos en lo que las personas son capaces de hacer y aportar en su futura posición. La digitalización nos seguirá ayudando a reclutar de forma más eficiente, y de igual forma creemos que en este entorno tenemos que poner todavía más empeño en humanizar el proceso de selección, poniendo a la persona en el centro.

Según nos revela el estudio, los candidatos en búsqueda activa de trabajo recurren preferentemente a portales de empleo, páginas web de las empresas y empresas de selección. Los profesionales de la selección tenemos que tener en cuenta que son muchas las empresas que compiten a día de hoy por encontrar al mejor talento a través de los mismos canales. ¿Qué podemos hacer para atraer a los mejores a nuestras organizaciones?

El estudio nos revela que más del 80% de los candidatos siguen a alguna marca en RRSS, siendo el motivo principal el acceso a un puesto de trabajo. Con todos estos datos, cuidar la experiencia del candidato en nuestra web y en nuestras Redes Sociales debe formar parte de los pilares de nuestra estrategia de reclutamiento. En ese primer momento ya debemos impactar positivamente en ellos, transmitiendo nuestros valores, poniéndonos a servicio del talento actual y futuro, resolviendo dudas, generando contenido de calidad y acercando el mejor talento a nosotros. El employer branding de las organizaciones se extiende desde los

primeros contactos y se mantiene cuando el profesional ya está incorporado en la empresa y es en esos primeros momentos cuando el candidato toma sus primeras decisiones acerca de si quiere o no trabajar en un determinado lugar. El digital branding obliga a las empresas a enfocarse en transmitir su marca empleadora a través de Internet y redes sociales. Las empresas activas en entornos digitales tienen más probabilidades de generar un mayor número de leads y por tanto atraer al mejor talento.

Cada vez son más las compañías que son conscientes de que no hay mejor candidato que el que ya es fan de tu marca, sigue tus actualizaciones y tiene afinidad con la cultura de la empresa. Por tanto, el primer paso para poder atraer a los mejores profesionales es contar con una web atractiva que hable de nosotros no solo en términos empresariales, sino también de nuestra cultura y valores... En definitiva de las personas que forman de las organizaciones y le dan vida. Las RRSS son el complemento perfecto para generar interés, para comunicar, para atraer... en definitiva para conseguir que los mejores se acerquen a nuestra casa, a través de nuestras puertas de entrada digitales (web), se sientan a gusto, y nos elijan para desarrollar sus carreras profesionales.

Aunque variarán los contenidos y los detalles de su utilización, la estrecha relación entre redes sociales y mercado laboral está asegurada para los próximos años y desde Grupo Adecco seguiremos trabajando para contribuir a la innovación en la identificación, atracción y desarrollo del talento.

PARTE

01

CANDIDATOS

Los candidatos muestran todavía una clara falta de confianza en la utilización de las redes sociales como palanca definitiva para conseguir un trabajo: a pesar de que el 45% de los usuarios las utiliza siempre que busca empleo, el 55% restante las usa solo de forma esporádica o nunca.

CANDIDATOS Y REDES SOCIALES: HALLAZGOS CLAVE

1. EXPERIENCIA

- El 91% de los candidatos encuestados tiene al menos una cuenta en redes sociales.
- El furor por las redes sociales parece estar perdiendo fuerza. El número de usuarios que no tienen ninguna cuenta en redes sociales ha subido siete puntos, pasando de un 2% en 2015 a un 9% en 2016.
- Las redes sociales en las que los usuarios se muestran más activos son Facebook, YouTube, Instagram y Google+.
- El teléfono móvil es el dispositivo más utilizado por los usuarios para acceder a sus redes sociales (83%).
- Las relaciones personales y el entretenimiento son las principales razones que motivan a los usuarios a abrirse o utilizar una red social.
- El 35% de los candidatos ha desactivado o eliminado alguna de sus cuentas en redes sociales.

2. EMPRESAS EN REDES

- Lo que más atrae la atención de los usuarios en los perfiles de las empresas en redes sociales son las ofertas de empleo (73%), el tipo de contenido que publican (55%) y los comentarios realizados por otros usuarios (34%).
- Tres de cada cuatro usuarios siguen a alguna marca/empresa desde sus cuentas de redes sociales.

- El 49% de los candidatos ha dejado de seguir a alguna marca o empresa en redes sociales. La principal razón que alegan es, en el 95% de los casos, la saturación de mensajes promocionales que reciben por parte de las marcas.

3. BÚSQUEDA DE EMPLEO

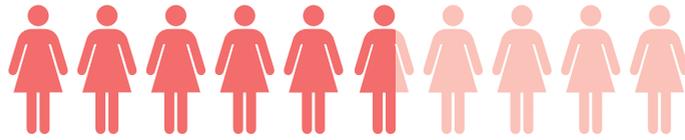
- Un 78% de los usuarios utiliza las redes sociales para buscar empleo. Aunque su utilización como herramienta para la búsqueda de trabajo sigue siendo importante, se confirma que su uso es, principalmente, esporádico o complementario a la utilización de otros canales de intermediación laboral.
- La primera opción a la que recurren los candidatos cuando están en búsqueda activa de trabajo son, un año más, los portales web de empleo, consultados por el 98% de los encuestados. El 85% recurre a ellos siempre o casi siempre; el 13% los consulta de forma ocasional.
- El Servicio Público de Empleo (SEPE) continúa perdiendo aceptación y, a pesar de ser utilizado por seis de cada diez candidatos, tan solo el 36% de los encuestados recurre a él siempre que busca empleo.
- El número de candidatos que han enviado su CV a una oferta de empleo que han conocido a través de las redes sociales se ha mantenido estable durante el último año. El 77% de los usuarios ha presentado su candidatura, lo que supone cuatro puntos

porcentuales más que hace dos años.

- El 47% de los profesionales con cuenta/s en redes sociales ha sido contactado por este medio en relación a una oferta de empleo en, al menos, una ocasión.
- El 64% de los usuarios contactados a través de redes sociales en relación a una oferta de empleo no consiguió finalmente el trabajo.
- Muchos candidatos ya han podido evaluar la idoneidad de las redes sociales como canal de búsqueda de empleo. LinkedIn, especializada en el ámbito profesional, es la que recibe una mejor valoración de los usuarios (71%).
- Cae 29 puntos el porcentaje de usuarios que comunicaría a través de sus redes sociales que está en búsqueda activa de un puesto de trabajo, hasta el 46%.
- El 63% de los candidatos son conscientes de que todo aquello que publiquen en sus redes sociales puede ser evaluado por otras personas, entre ellas futuros empleadores.
- Los usuarios dispuestos a compartir su búsqueda de empleo a través de redes sociales utilizarían, mayoritariamente, LinkedIn (66%). Le siguen Facebook (50%) y, a mayor distancia, Google+ (19%) y Twitter (16%). Esta última pierde cuatro puntos porcentuales en el último año y cae hasta el cuarto lugar.

1.1

Sexo



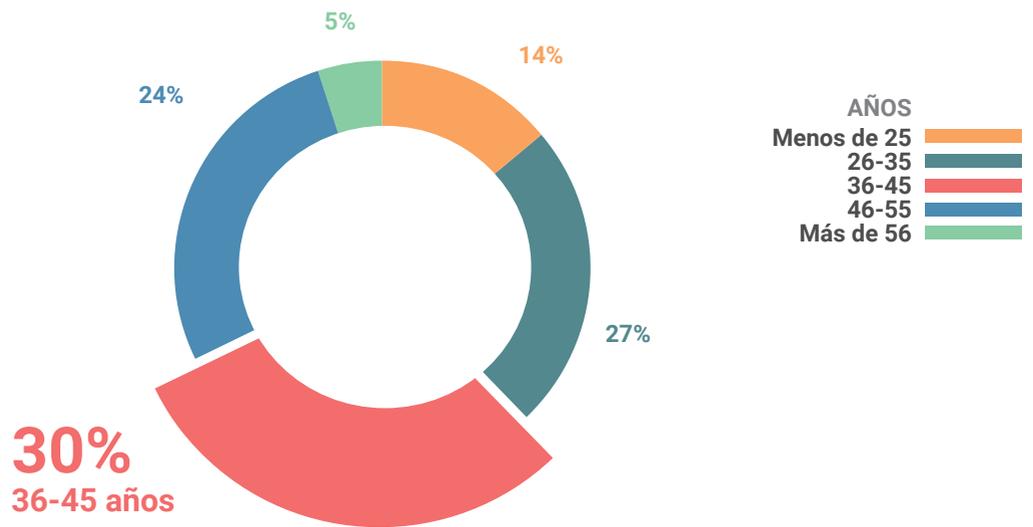
58% MUJER



42% HOMBRE

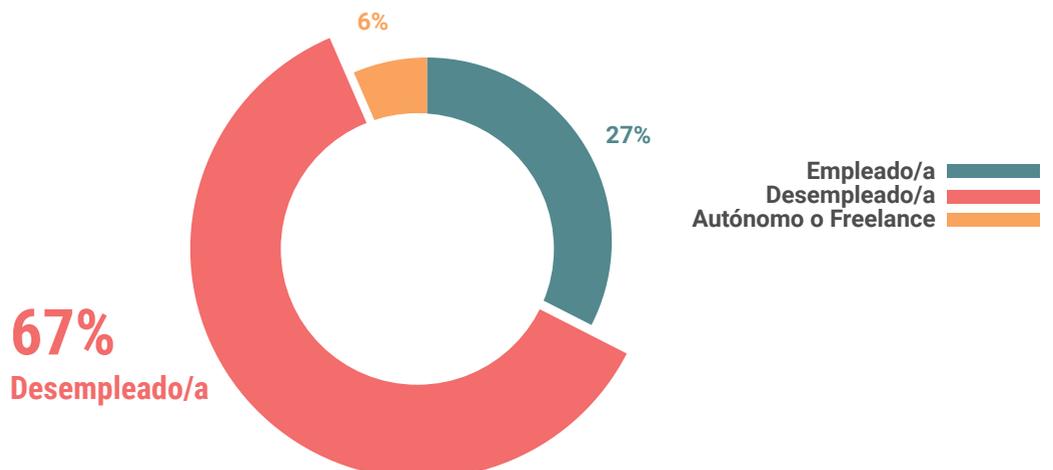
1.2

Edad



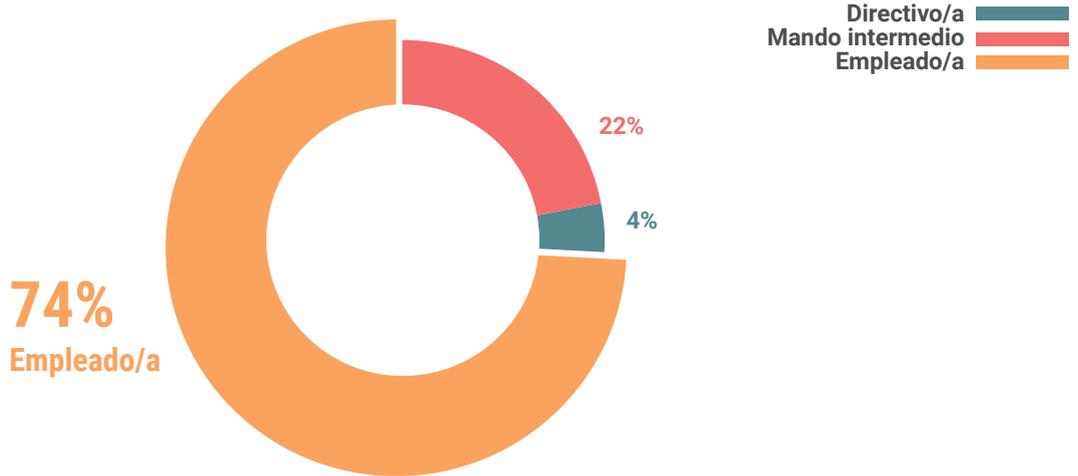
1.3

Situación laboral



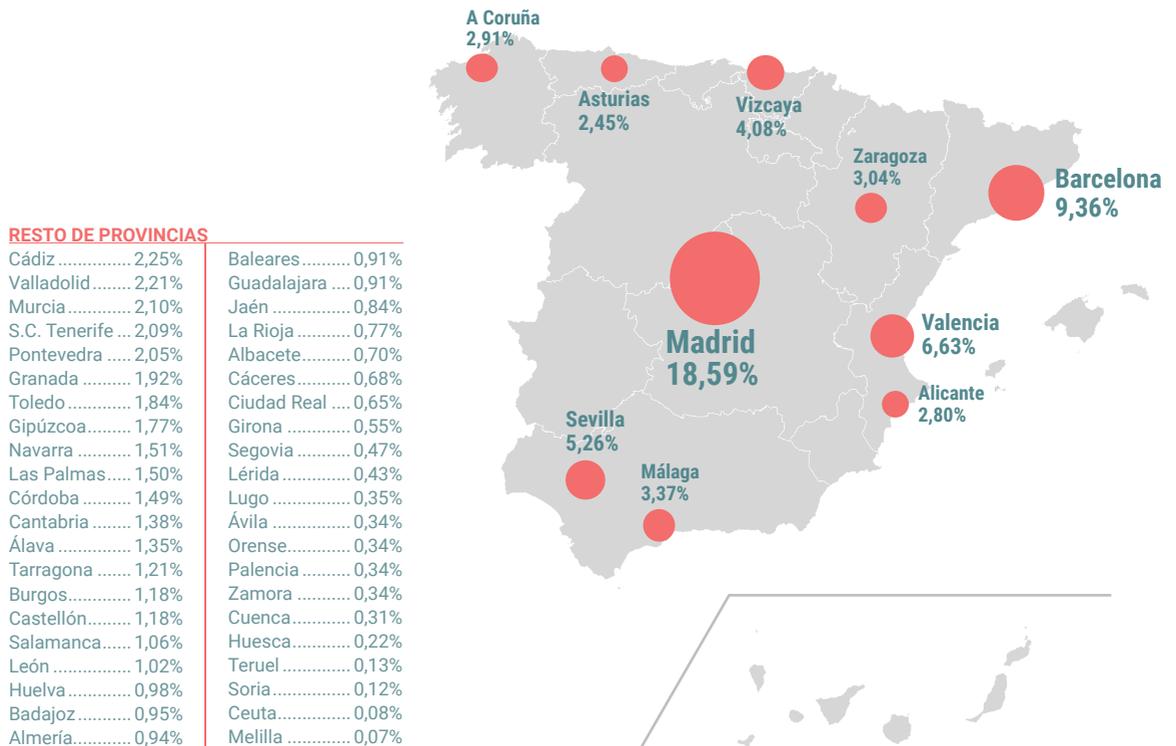
1.4

Categoría profesional

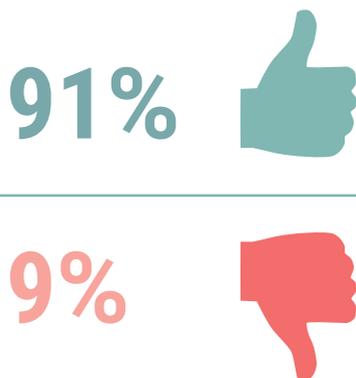


1.5

Provincia



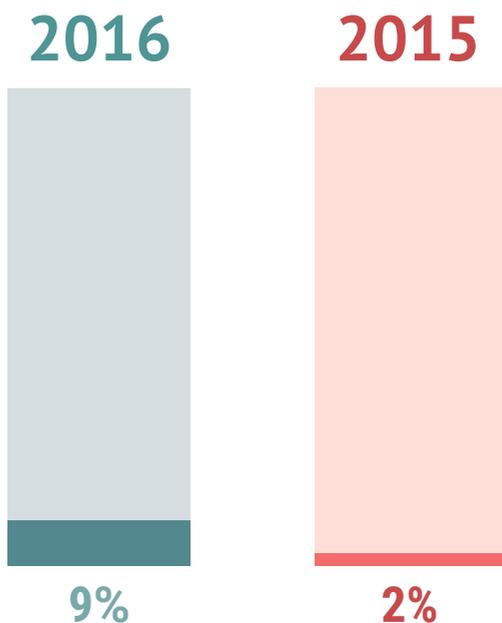
2.1 ¿Tienes cuenta personal en alguna red social?



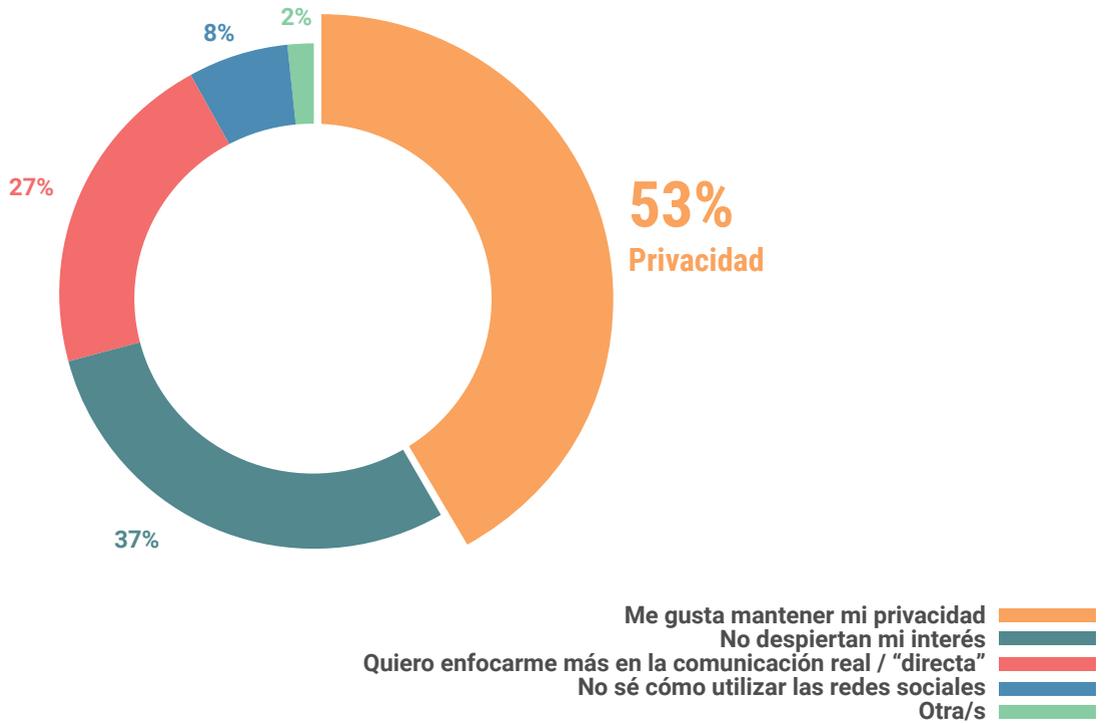
2.1.1 Profesionales que no tienen ninguna cuenta en redes sociales

El furor por las redes sociales parece estar perdiendo fuerza. Durante el último año el número de usuarios que no tienen ninguna cuenta en redes sociales ha subido siete puntos, pasando de un 2% en 2015 a un 9% en 2016.

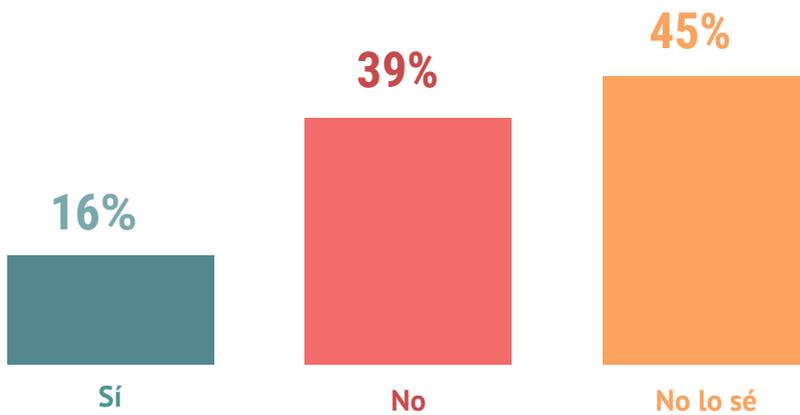
Mantener su privacidad es el principal motivo que esgrimen más de la mitad de las personas que no tienen cuenta en ninguna RRSS (53%). Le siguen el desinterés (37%) y la búsqueda de una comunicación más tradicional (27%).



2.1.1.1 ¿Por qué razón no estás presente en redes sociales? ⁽¹⁾



2.1.1.2 ¿Contemplas abrirte algún perfil en alguna red social en el futuro?

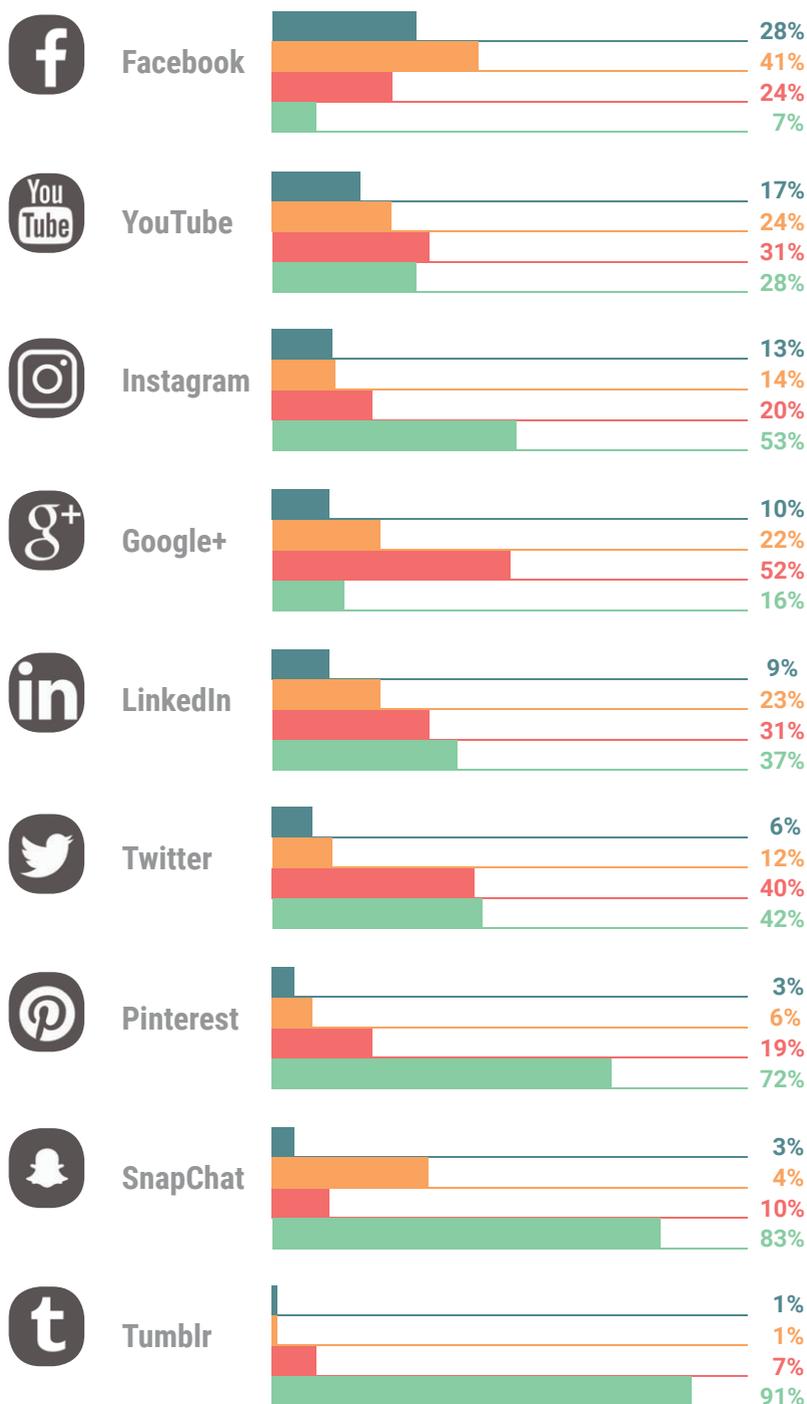


(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

2.1.2 Profesionales que están presentes en redes sociales

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

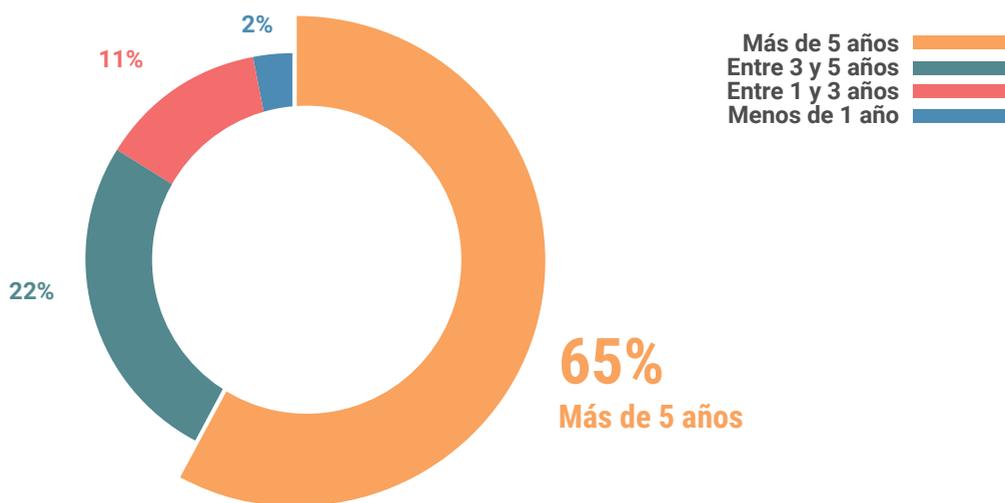
Muy activo █
 Activo █
 Poco/Nada activo █
 No tengo cuenta █



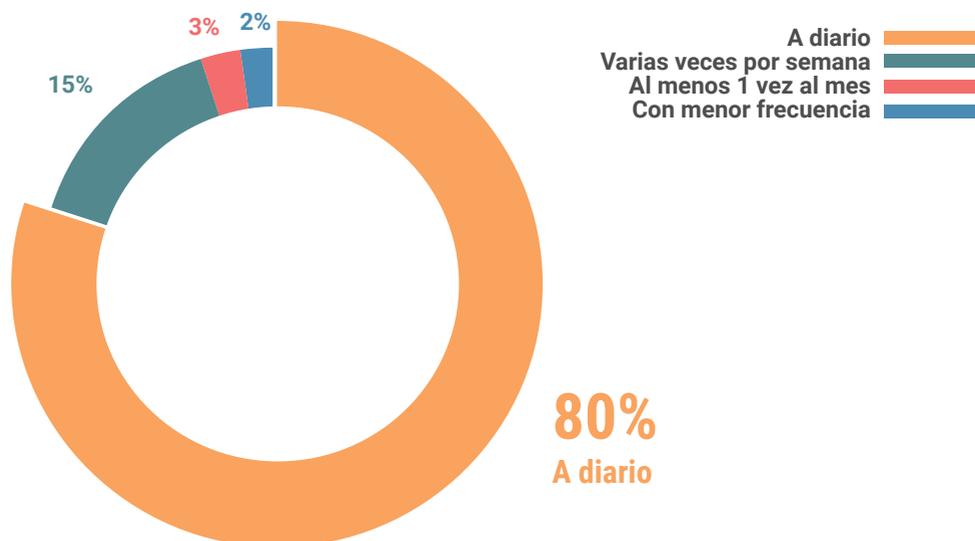
2.1.2.2 ¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales?

Las redes sociales son un hábito totalmente integrado en el día a día de los usuarios. El 87% de los encuestados lleva más de tres años utilizándolas.

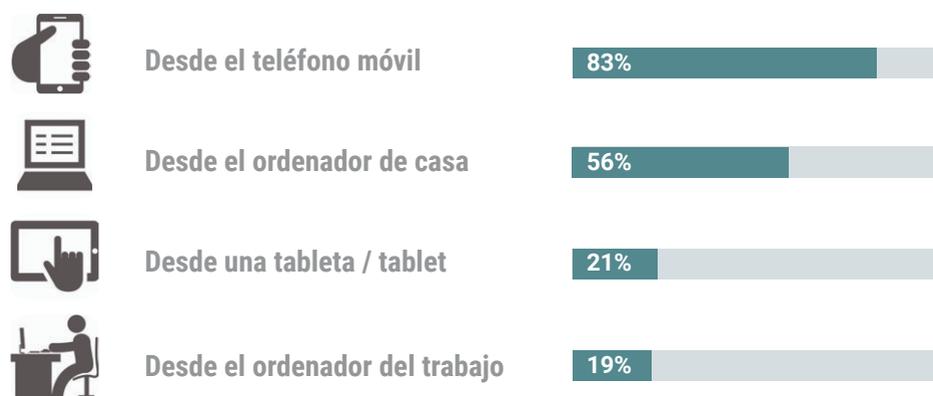
Ocho de cada diez personas las consultan todos los días, y el dispositivo más utilizado para hacerlo es el teléfono móvil.



2.1.2.3 ¿Con qué frecuencia accedes a las redes sociales?



2.1.2.4 ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales? ⁽¹⁾



**EL TELÉFONO MÓVIL ES LA
OPCIÓN MÁS UTILIZADA POR
LOS USUARIOS PARA ACCEDER A
SUS REDES SOCIALES**

(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

2.1.2.5 ¿Cuáles son los principales motivos por los que te has abierto un perfil o utilizas las redes sociales? ⁽¹⁾

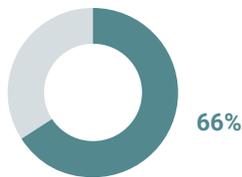
Las relaciones personales y el entretenimiento son las principales razones que motivan a los usuarios a abrirse una cuenta o utilizar una red social.

Durante el último año, contactar y comunicarse con amigos y/o familiares se ha mantenido como principal motivo por el cual los usuarios se crean un perfil en una red social (66%). Le siguen estar al día de la actualidad y/o de las aficiones de los encuestados (57%) y encontrar contenido interesante y/o entretenido (45%).

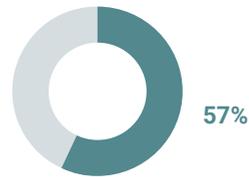
Los aspectos relacionados con el ámbito profesional también están presentes en la motivación de los candidatos, llegando a colocarse entre las razones que más influyen a la hora de utilizar las redes para el 40% de los encuestados.

Aun así, el empleo es una de las razones que más peso ha perdido en el último año, cayendo de un 69% en 2015 a un 40% en 2016.

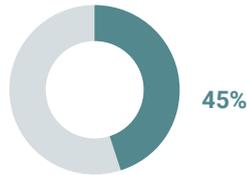
- Contactar y comunicarme con amigos y/o familiares



- Estar al día de la actualidad y/o de algunas de mis aficiones



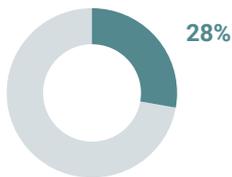
- Encontrar contenido interesante y/o entretenido (vídeos, fotos...)



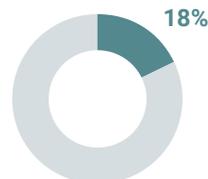
- Por motivos de índole profesional



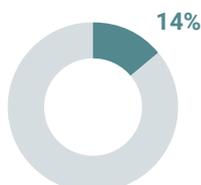
- Ocupar el tiempo libre



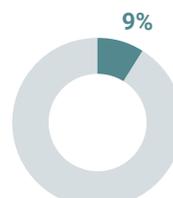
- Compartir con los demás lo que pienso y/o lo que hago en mi día a día



- Mis amigos están en ellas

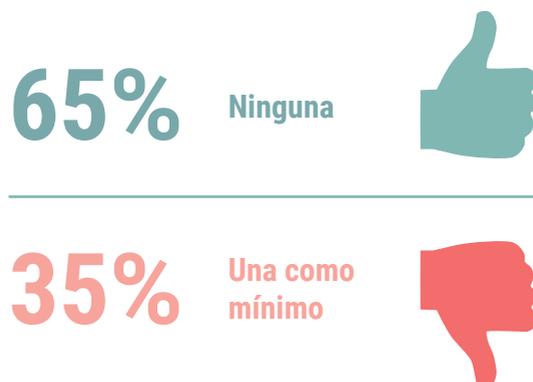


- Conocer gente

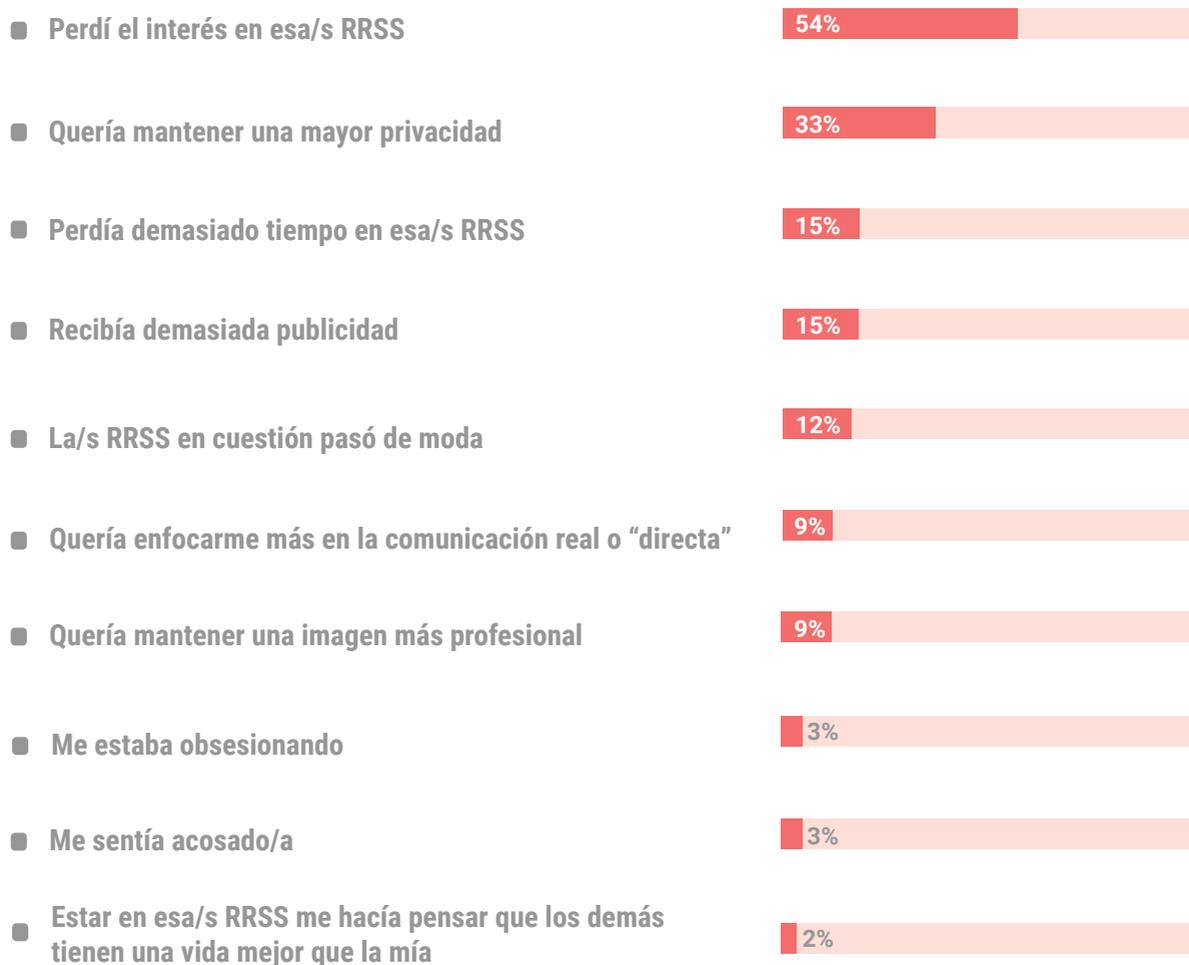


(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

2.1.2.6 ¿Has eliminado o desactivado alguna de tus cuentas en redes sociales?

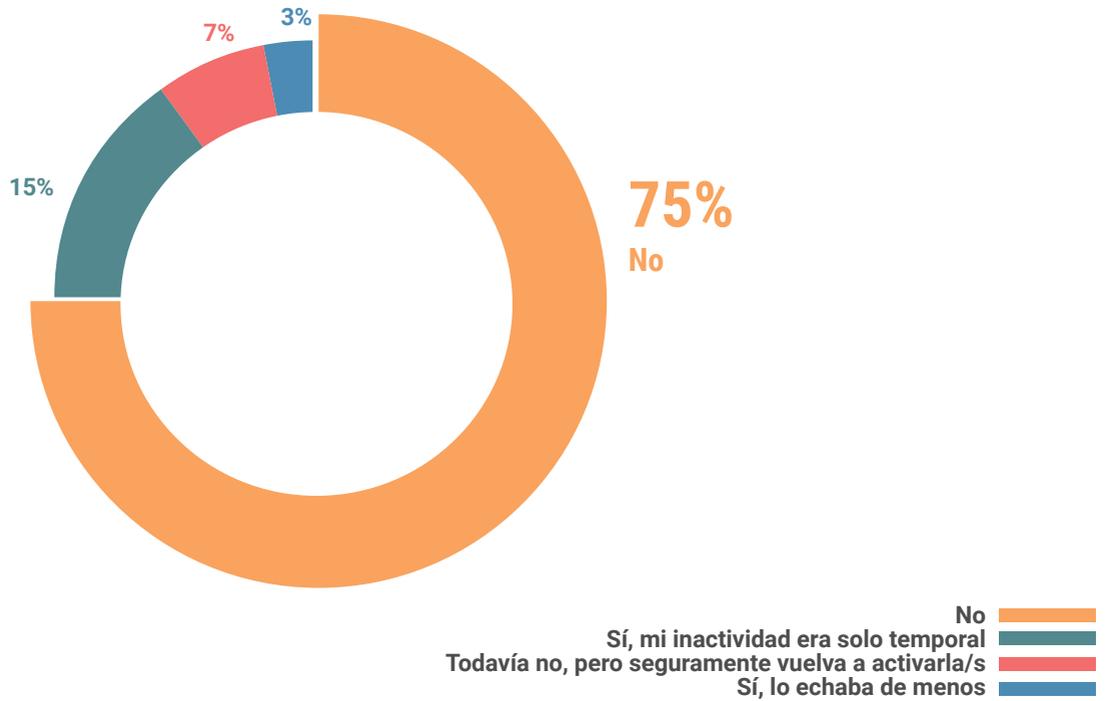


2.1.2.7 ¿Qué motivo/s te llevaron a ello? ⁽¹⁾



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

2.1.2.8 Después de eliminar tu perfil, ¿has vuelto a activar esa cuenta en algún momento?

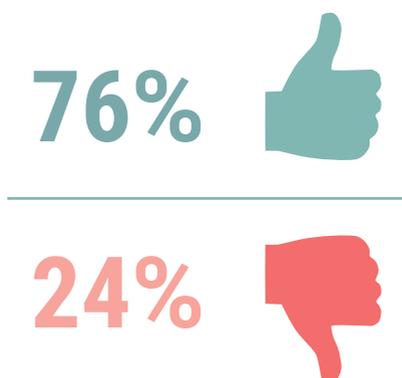


EL 75% DE LOS USUARIOS QUE HA ELIMINADO UN PERFIL EN REDES SOCIALES NO PLANEA VOLVER A ACTIVARLO

3.1 ¿Qué atrae tu atención en el perfil de una empresa en redes sociales? ⁽¹⁾



3.2 ¿Sigues a alguna empresa/marca desde tu/s cuenta/s en redes sociales?

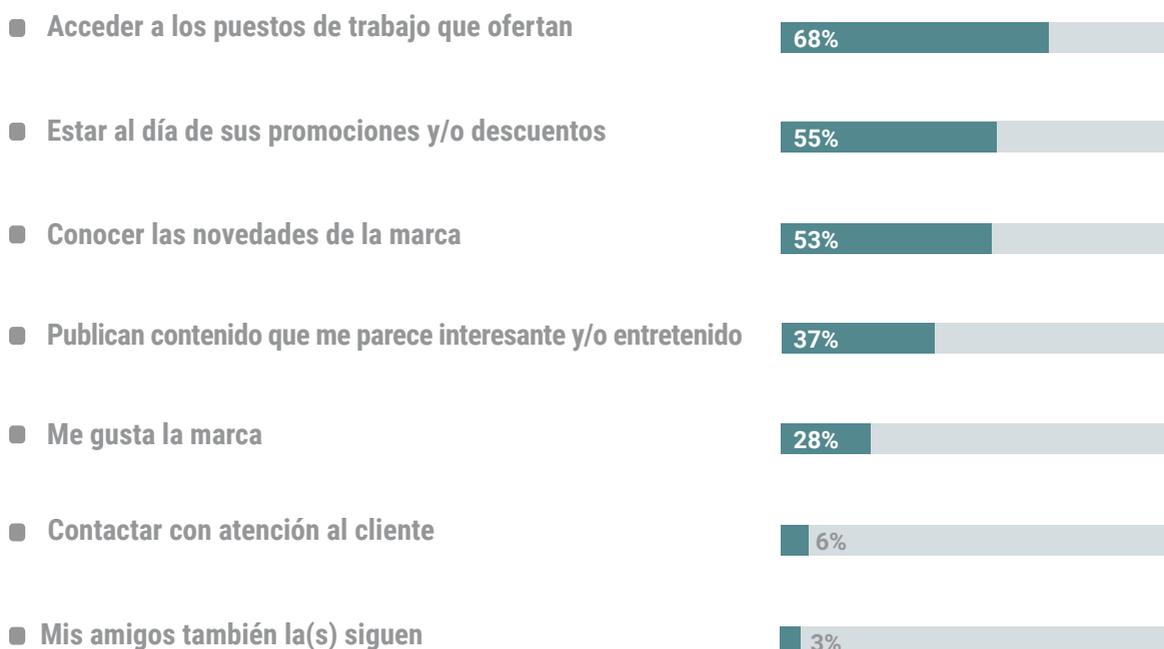


(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

3.3 ¿Qué razones te empujaron a ello? ⁽¹⁾

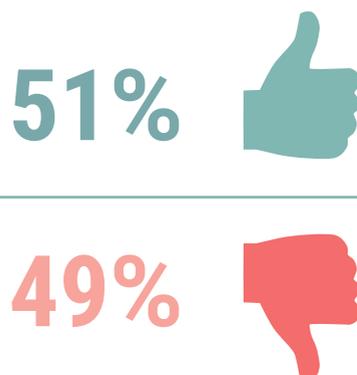
La razón que mueve al 68% de los usuarios a seguir a una empresa en redes sociales es acceder a los puestos de trabajo que oferta. Estar al día de sus promociones y

descuentos (55%) y conocer las novedades de la marca (53%) son también razones de peso para más de la mitad de los encuestados.

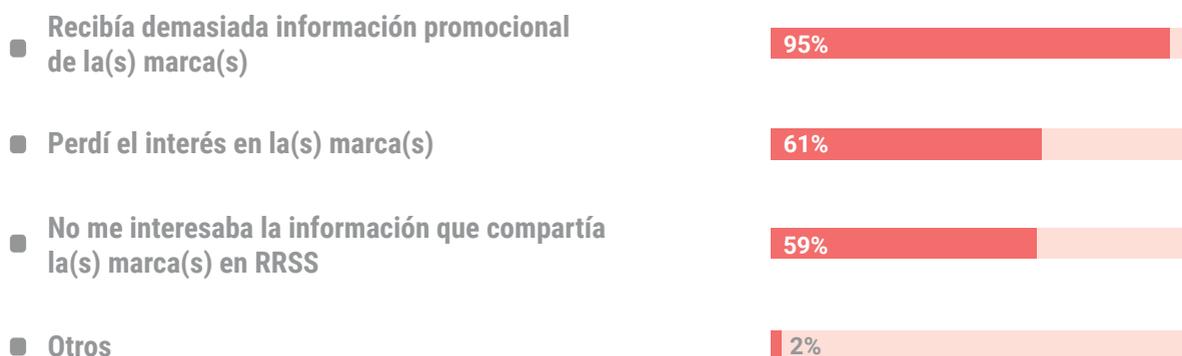


3.4 ¿Has dejado de seguir a alguna marca en redes sociales?

Casi la mitad de los usuarios ha dejado de seguir a alguna marca o empresa en redes sociales. La principal razón que alegan es, en el 95% de los casos, la saturación de mensajes promocionales que reciben por parte de las empresas. La pérdida de interés en la marca o en lo que ésta publica son también motivos de peso para dejar de ser uno de sus seguidores.



3.5 ¿Por qué motivo/s dejaste de seguirla(s)? ⁽¹⁾



**RECIBIR DEMASIADA
INFORMACIÓN PROMOCIONAL
INCENTIVA A LOS USUARIOS A
DEJAR DE SEGUIR A MARCAS**

(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

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

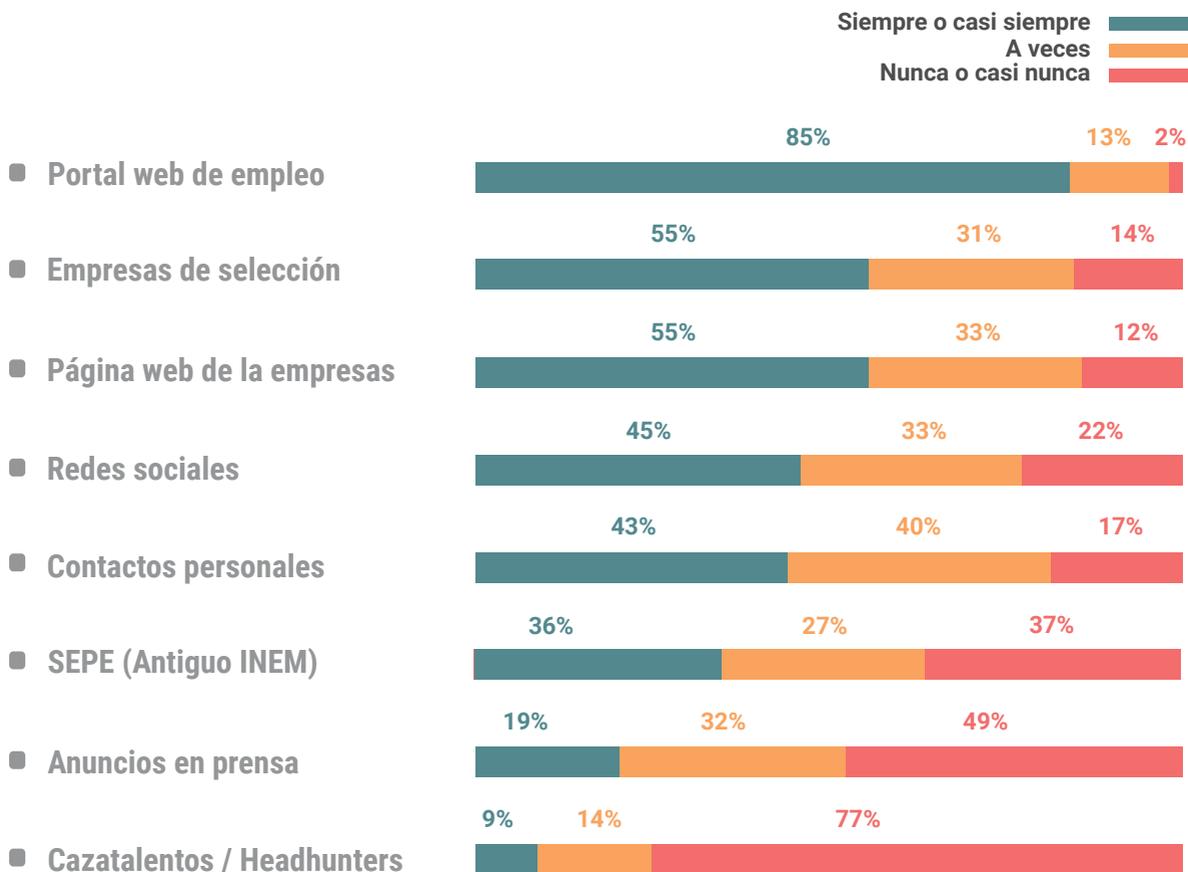
La primera opción a la que recurren los candidatos cuando están en búsqueda activa de trabajo son, un año más, los portales web de empleo, consultados por el 98% de los encuestados. El 85% recurre a ellos siempre o casi siempre; el 13% los consulta de forma ocasional. Las empresas de selección y los propios sitios corporativos de las empresas son los otros dos canales más utilizados por los usuarios cuando buscan nuevas oportunidades profesionales.

Las redes sociales se quedan de nuevo fuera del pódium. Aunque su utilización como herramienta para la búsqueda de empleo sigue siendo importante (un 78% de los usuarios las utiliza de forma habitual u ocasional), se confirma que su uso es, principalmente, espo-

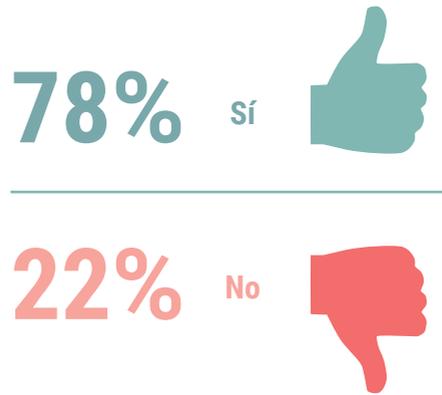
rádico o complementario a la utilización de otros canales de intermediación laboral.

Headhunters y anuncios en prensa son las opciones a las que menos candidatos acuden cuando buscan empleo. Así, el 77% de los encuestados no recurre nunca o casi nunca a los cazatalentos para acceder a un puesto de trabajo; y el 49% de los encuestados tampoco utiliza los anuncios en prensa.

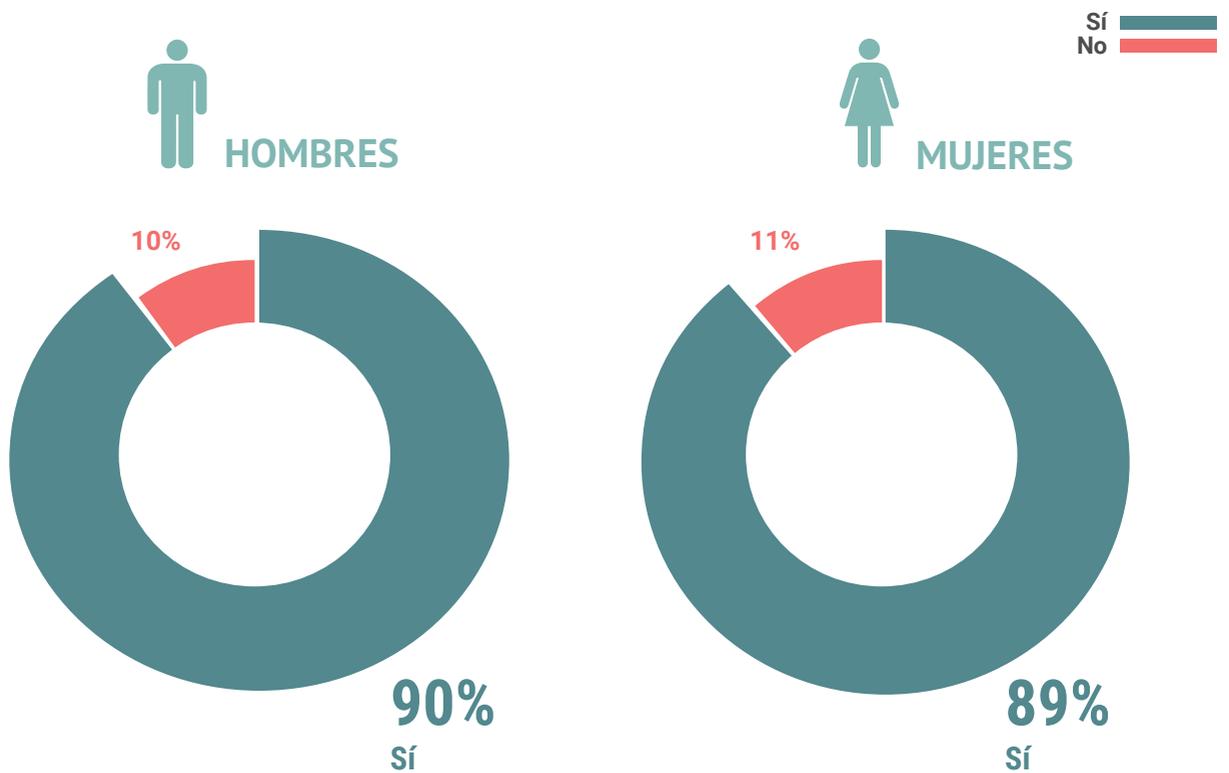
El Servicio Público de Empleo (SEPE), antiguo INEM, continúa perdiendo aceptación y, a pesar de ser utilizado por seis de cada diez candidatos, tan solo el 36% de los encuestados los utiliza siempre que busca empleo.



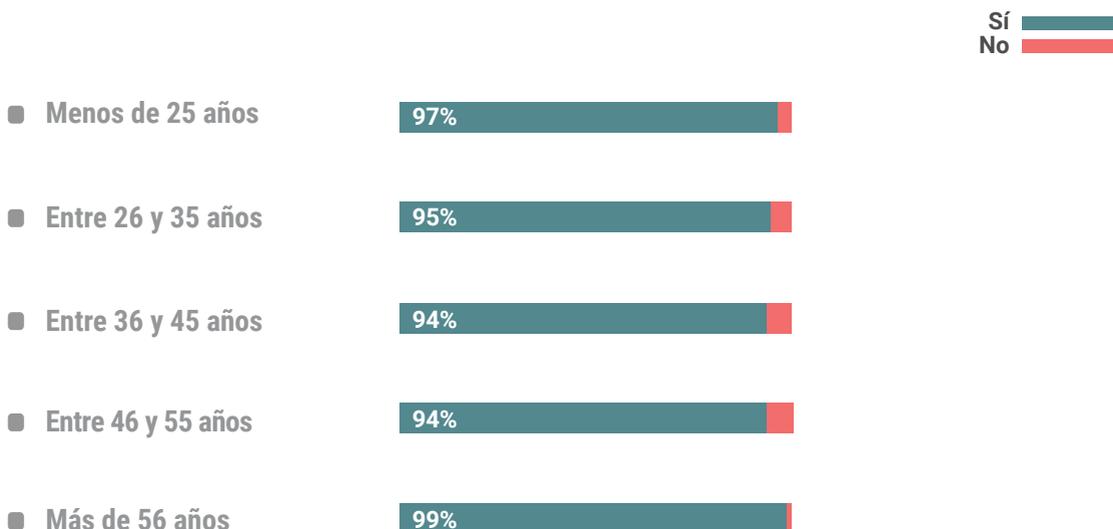
4.2 Profesionales que usan las redes sociales para buscar empleo de forma ocasional o habitual...



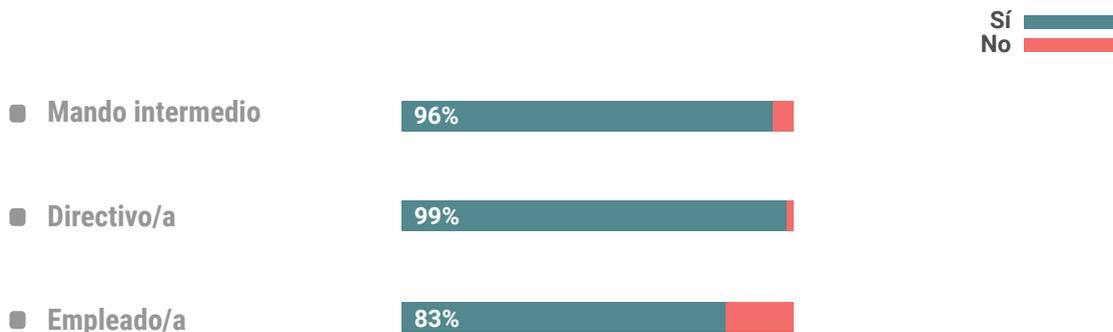
USO DE REDES SOCIALES SEGÚN SEXO



USO DE REDES SOCIALES SEGÚN EDAD

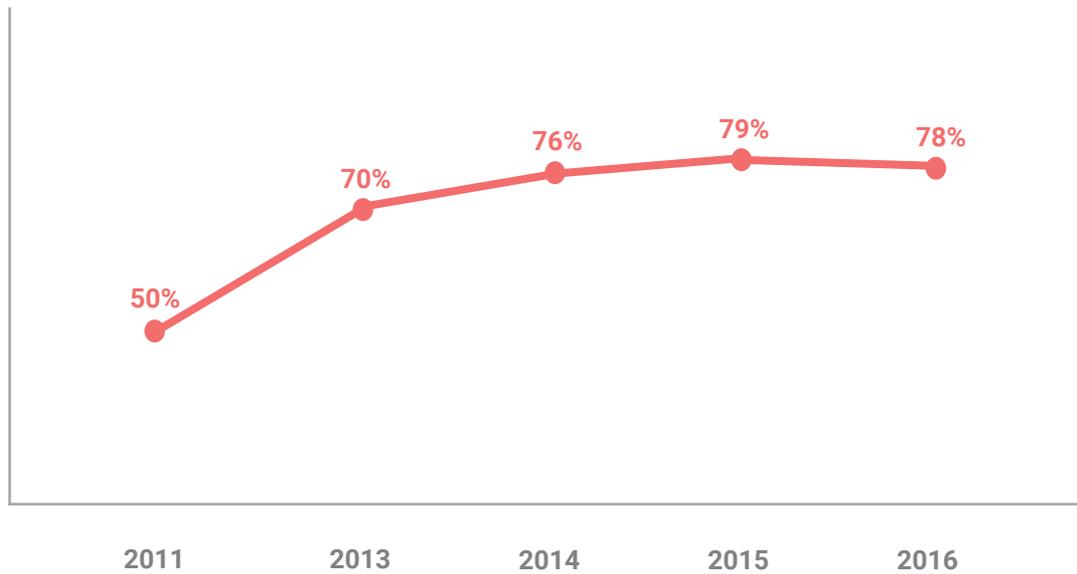


USO DE REDES SOCIALES SEGÚN PUESTO



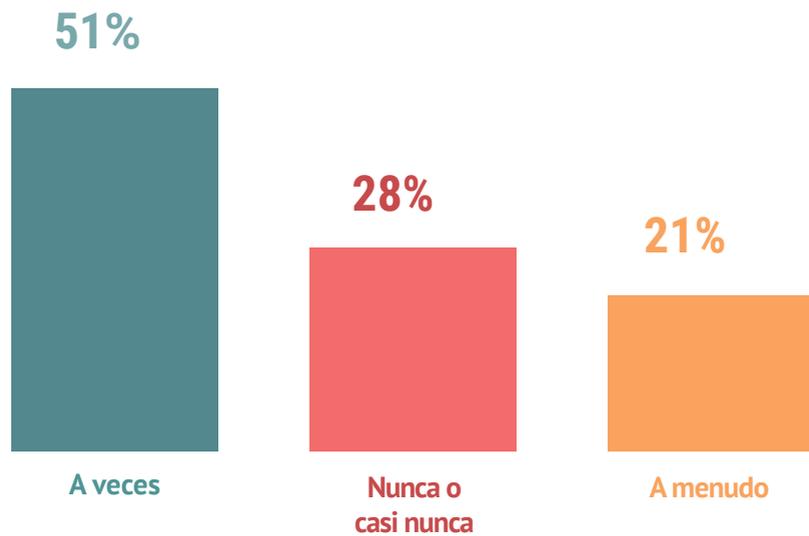
**OCHO DE CADA DIEZ
CANDIDATOS UTILIZAN LAS
REDES SOCIALES PARA BUSCAR
EMPLEO**

EVOLUCIÓN DE LA BÚSQUEDA DE EMPLEO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES



4.2.1

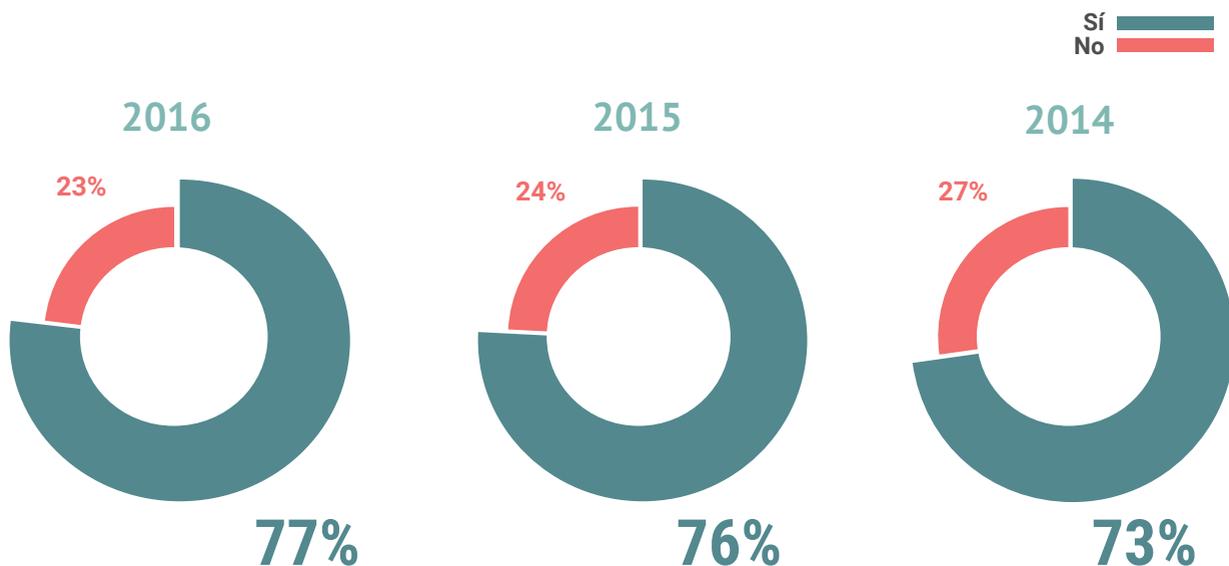
¿Encuentras ofertas en redes sociales acordes a tu perfil?



4.2.2 ¿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 CV a una oferta de empleo que han conocido a través de las redes sociales se ha mantenido estable

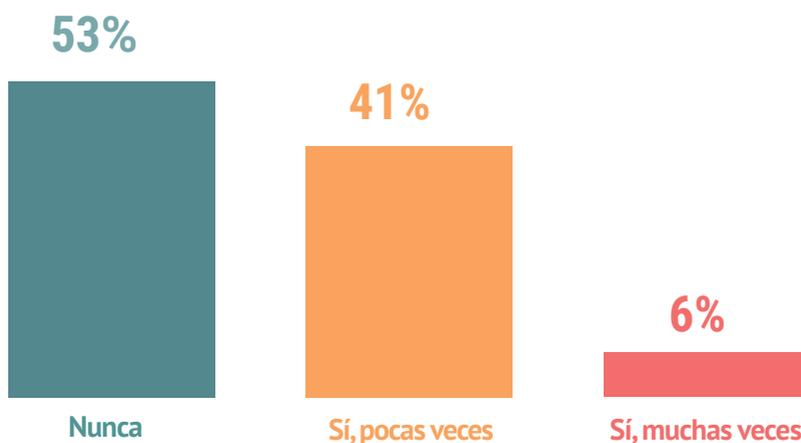
durante el último año. El 77% de los usuarios ha presentado su candidatura, lo que supone cuatro puntos porcentuales más que en 2014.



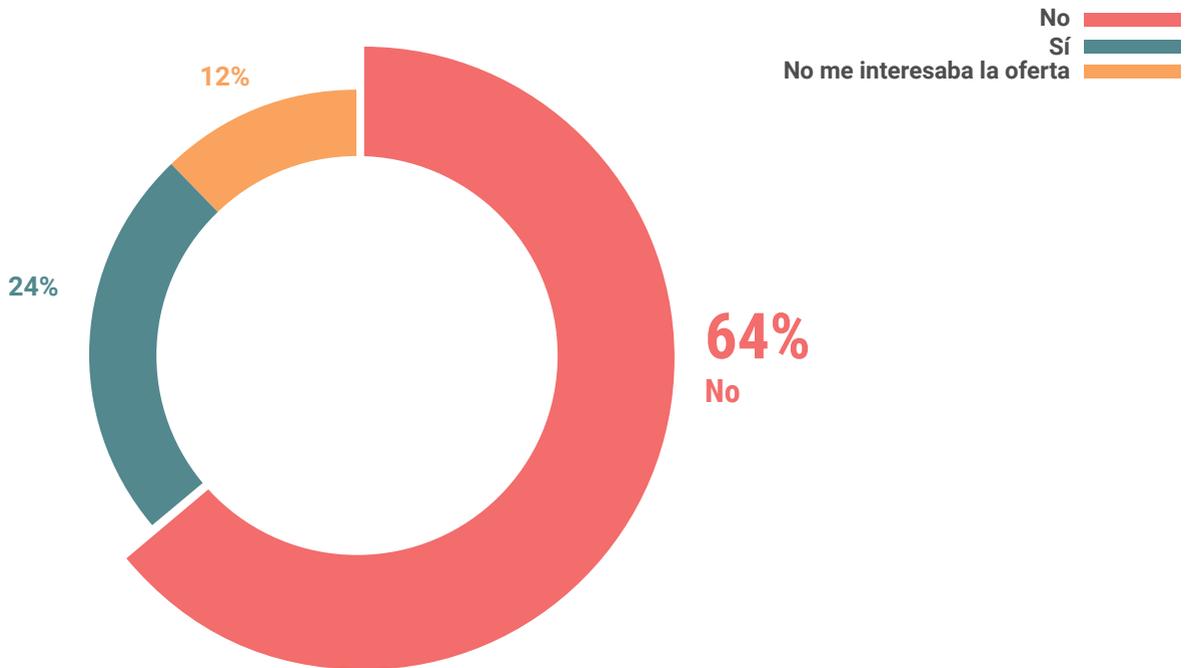
4.2.3 ¿Alguna vez te han contactado a través de las redes sociales en relación a una oferta de empleo?

El 47% de los profesionales con cuenta/s en redes sociales ha sido contactado por este medio en relación a una oferta de empleo. El 53% restante

todavía no ha recibido propuesta alguna. Sin embargo, la tendencia es positiva: en 2015 el porcentaje fue del 42%; en 2011, del 26%.

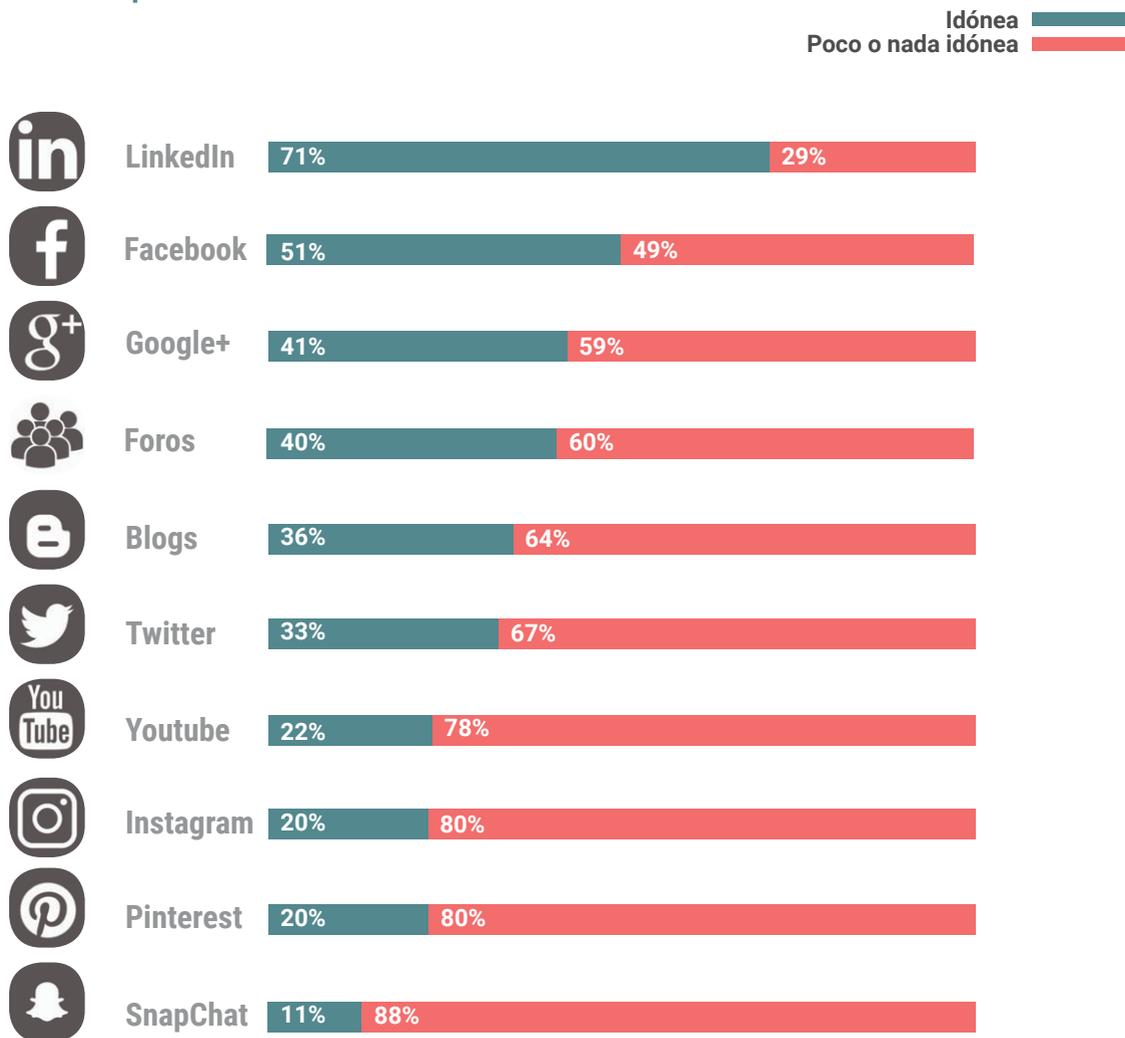


4.2.4 ¿Conseguiste finalmente el trabajo?

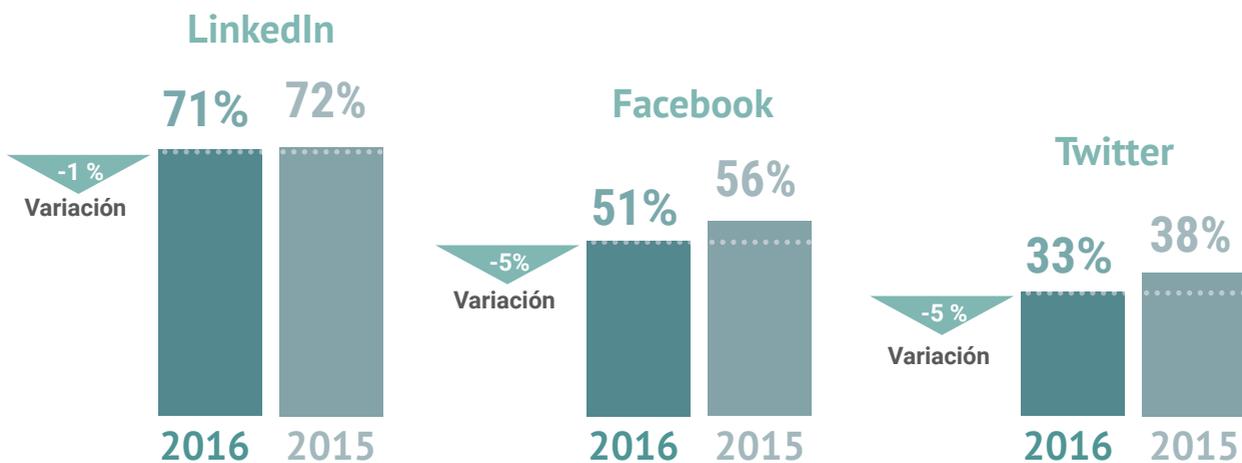


EL 64% DE LOS USUARIOS CONTACTADOS POR RRSS EN RELACIÓN A UNA OFERTA DE EMPLEO NO CONSIGUIÓ EL TRABAJO

4.2.5 Valora las siguientes redes sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo:

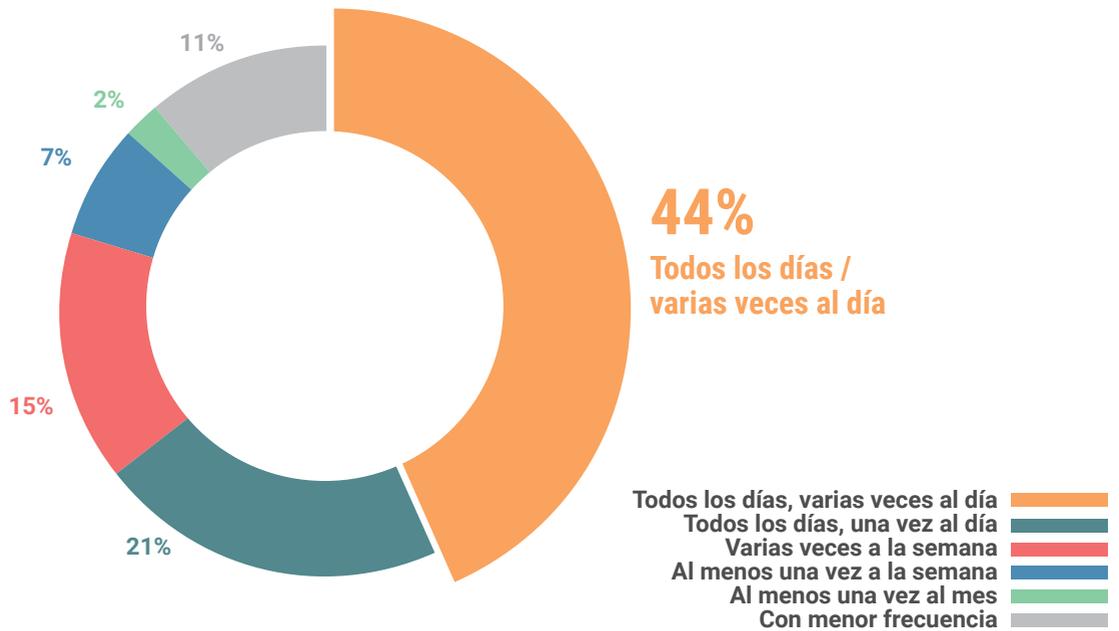


Valoración de la idoneidad para buscar empleo de las principales redes sociales:



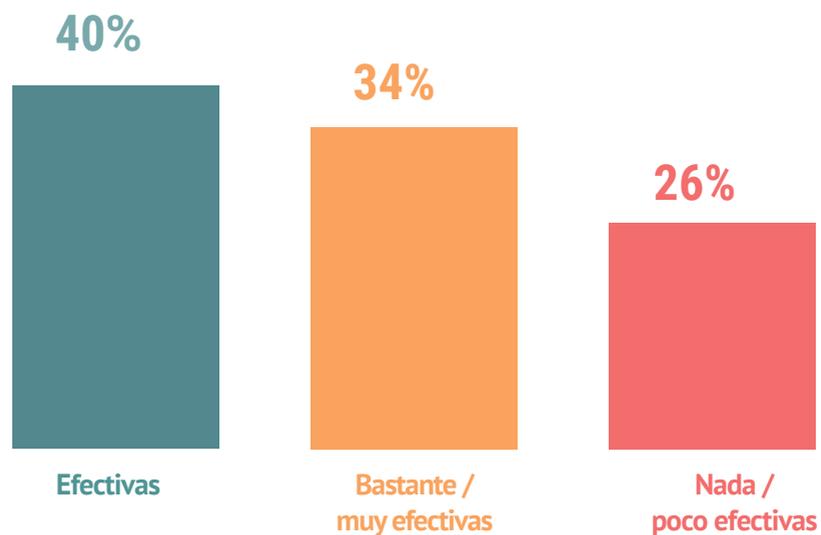
4.2.6

Cuando estás en búsqueda de empleo, ¿con qué frecuencia utilizas las redes sociales con ese fin?



4.3

¿Crees que las redes sociales son una herramienta efectiva para encontrar empleo?



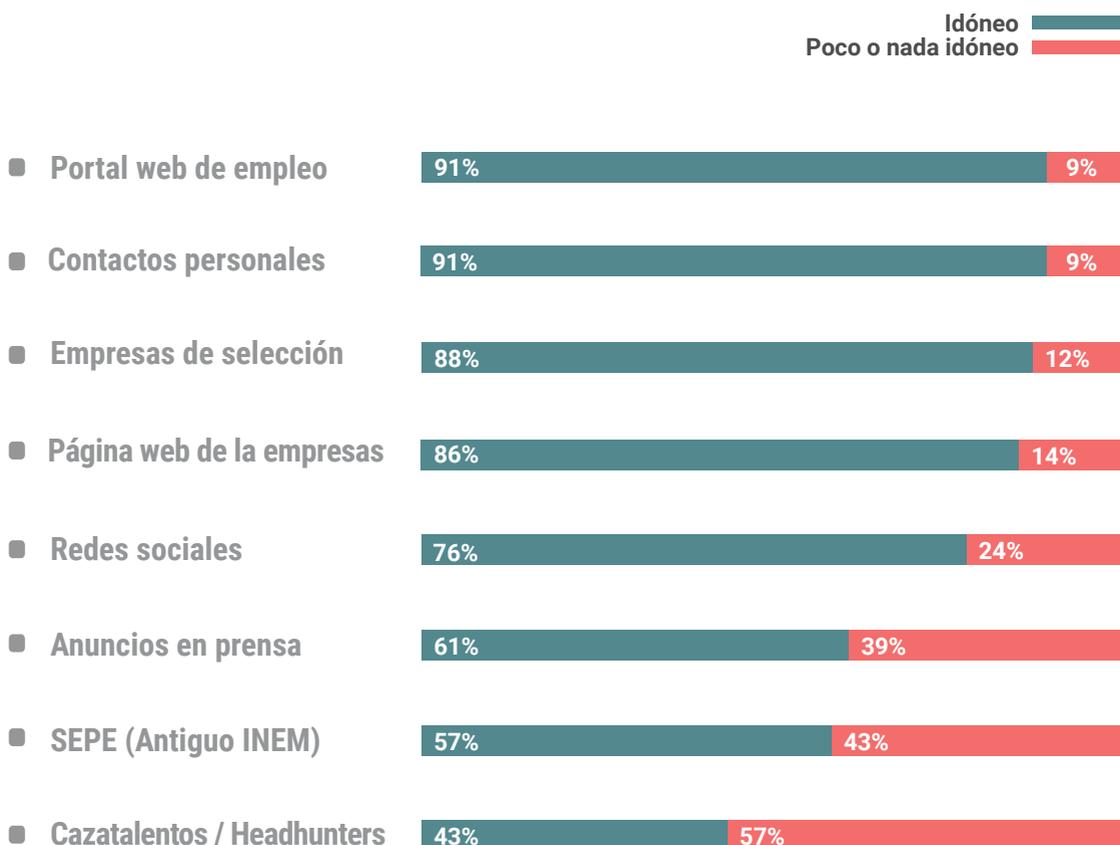
4.4

Entre los siguientes motivos de índole profesional, valora cuáles son más importantes para ti a la hora de unirse a redes sociales ⁽¹⁾:



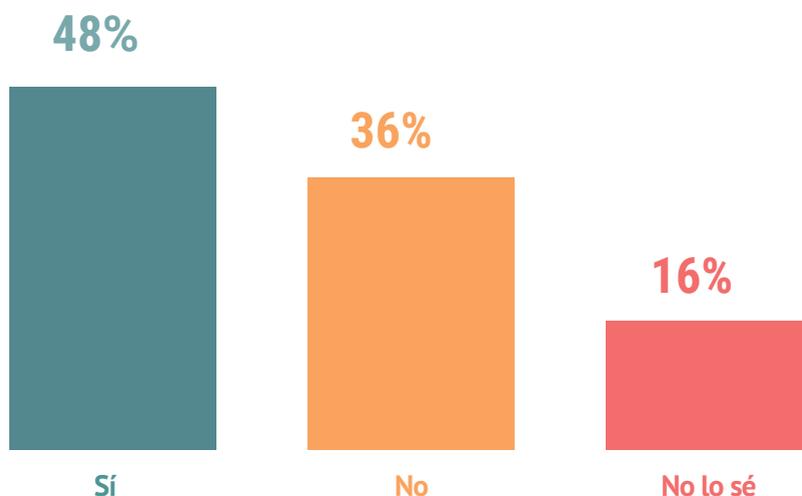
4.5

Valora, en función de su idoneidad para encontrar empleo, las siguientes herramientas de intermediación laboral:



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

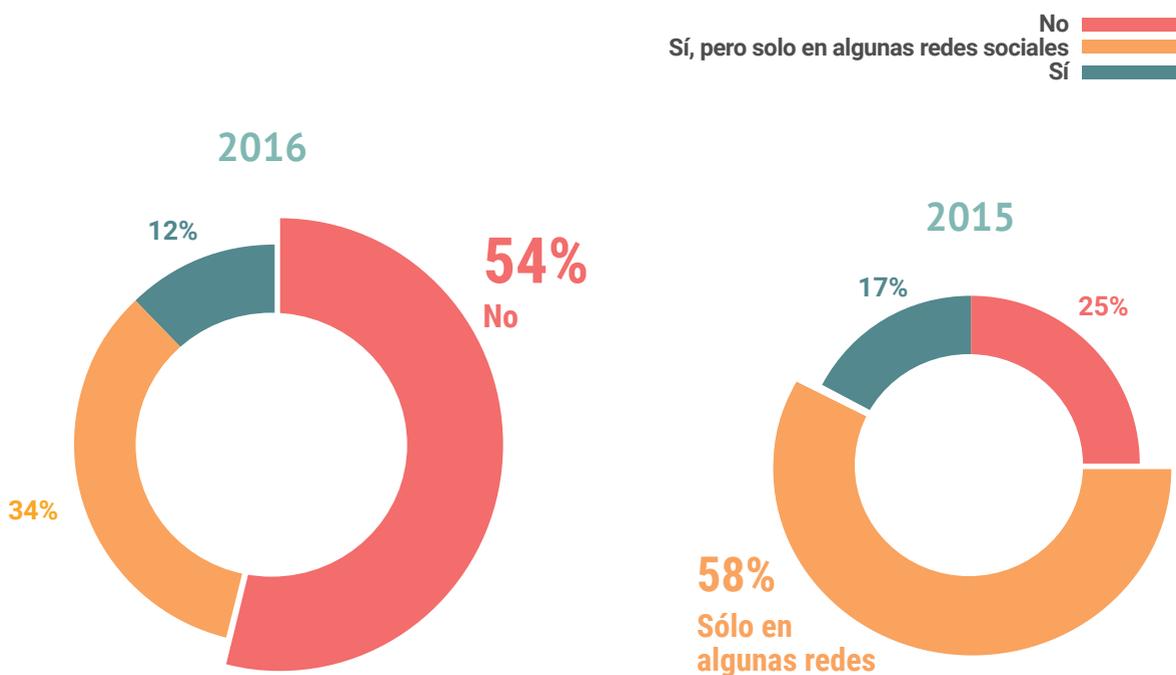
4.6 ¿Crees que las empresas están utilizando las redes sociales para reclutar talento?



4.7 Cuando buscas empleo, ¿lo comunicas a través de tus redes sociales?

Cae de forma espectacular el porcentaje de usuarios que comunicaría a través de sus redes sociales que está en búsqueda activa de un puesto de trabajo. Así, si en 2015 el 75% de los candidatos haría público

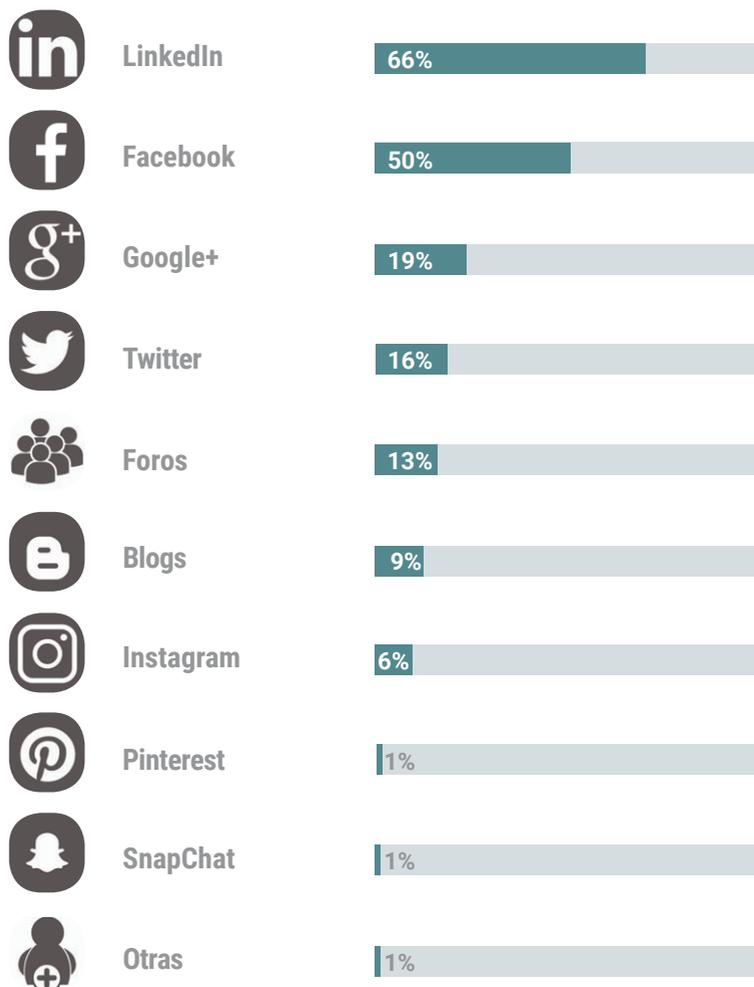
que está buscando trabajo a través de alguno de sus perfiles, en este último año la cifra ha caído hasta el 46%, casi 30 puntos porcentuales menos.



4.7.1 ¿En qué redes sociales comunicarías abiertamente que estás buscando empleo? ⁽¹⁾

Los usuarios dispuestos a compartir su búsqueda de empleo a través de redes sociales utilizarían, mayoritariamente, LinkedIn (66%). Le siguen Facebook (50%) y, a mayor distancia, Google+

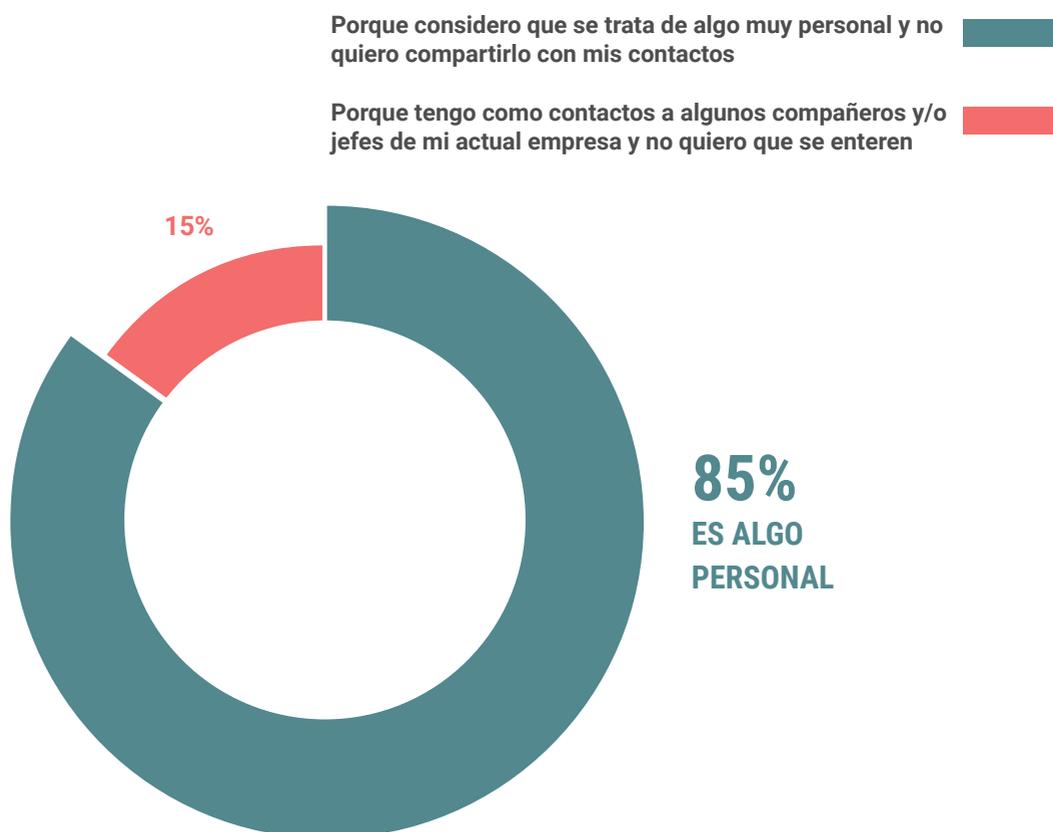
(19%) y Twitter (16%). Esta última pierde cuatro puntos porcentuales en el último año y cae hasta el cuarto lugar.



**LINKEDIN Y FACEBOOK SERÍAN
LAS REDES ELEGIDAS PARA
COMUNICAR LA BÚSQUEDA DE
EMPLEO DE LOS CANDIDATOS**

4.7.2

¿Cuáles son los motivos por los que NO dirías que buscas empleo?



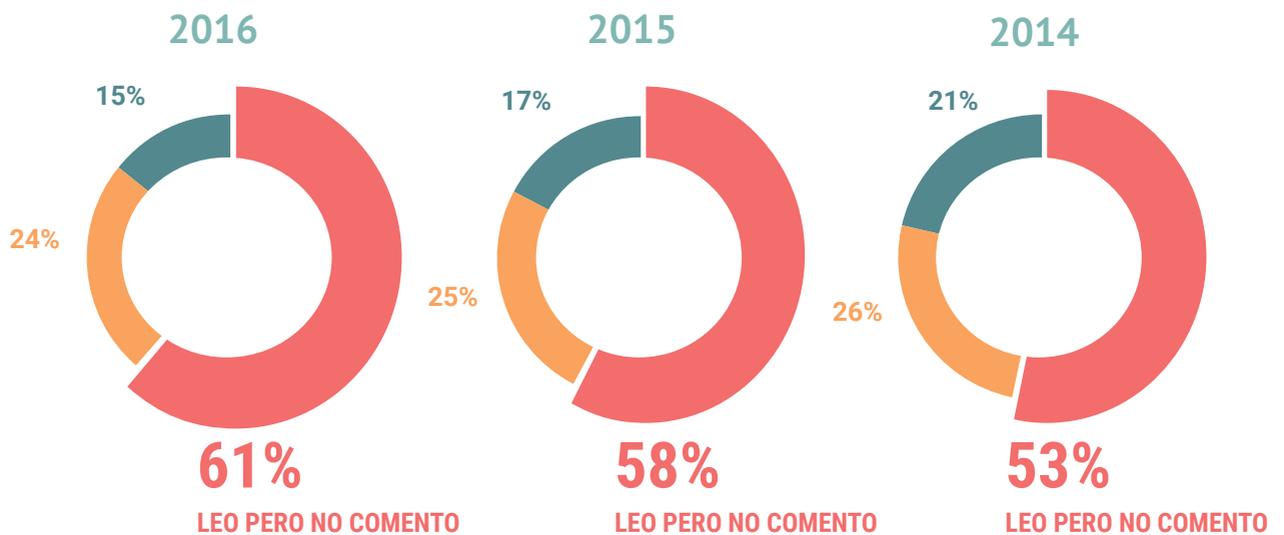
LA BÚSQUEDA DE EMPLEO SE MANTIENE EN EL ÁMBITO DE LO PERSONAL

Cada vez son más los usuarios que mantienen una actitud pasiva a la hora de usar las redes sociales para darse a conocer desde un punto de vista profesional. En dos años, el porcentaje de candidatos que básicamente leen lo que los demás publican ha aumentado ocho puntos porcentuales.

Además, los usuarios también son más conscientes de que todo aquello que publiquen en redes sociales puede ser evaluado por otras personas, entre ellas futuros empleadores.

5.1 ¿Qué estrategia sigues para darte a conocer en redes sociales?

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



5.2 Cuando publicas contenidos u opiniones en las redes sociales, ¿tienes en mente que alguien pueda evaluarte por ello?

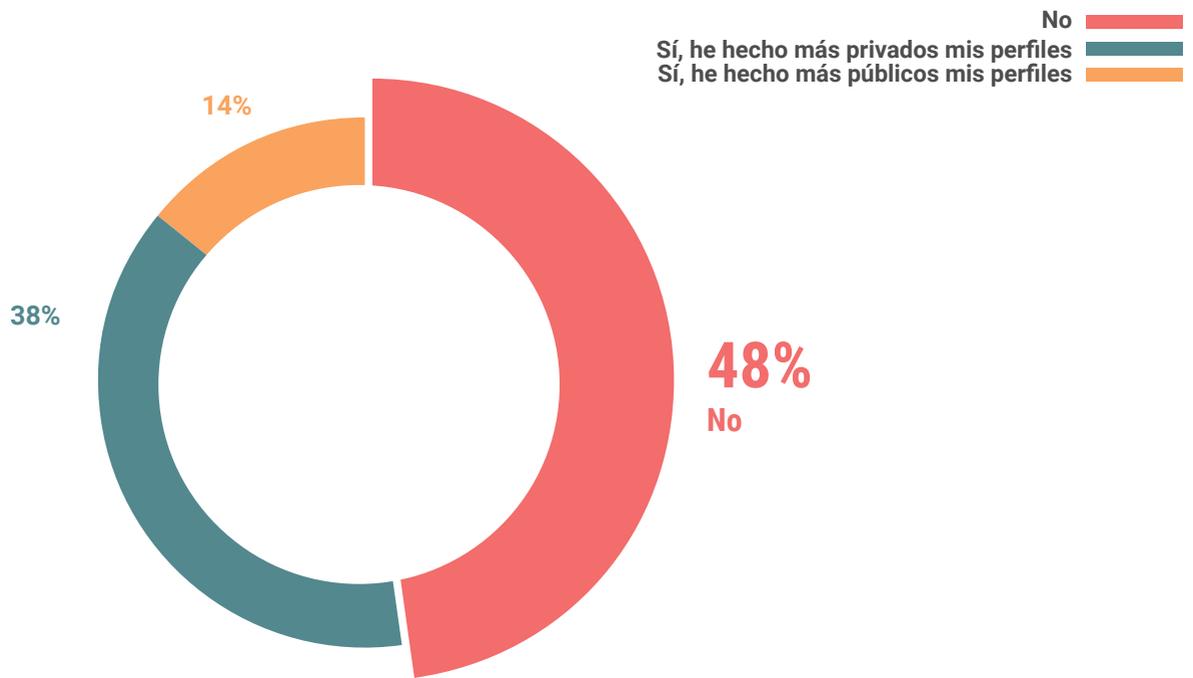
63%



37%



5.3 ¿Has modificado la privacidad de tus redes sociales por motivos profesionales?



5.4 ¿Has eliminado contenido de tus perfiles pensando en futuras oportunidades laborales?

31% 

69% 

PARTE

02

RECURSOS HUMANOS

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

RECURSOS HUMANOS Y REDES SOCIALES: HALLAZGOS CLAVE

1. EXPERIENCIA

- El 96% de los profesionales de recursos humanos encuestados tiene cuenta personal en, al menos, una red social.
- Si tenemos en cuenta el número de usuarios, la que cuenta con más reclutadores registrados es Facebook (93%), seguida de LinkedIn (89%) y Google+ (75%).
- Si la variable a considerar es la tasa de actividad, las redes en las que los profesionales se muestran más activos serían Facebook (66%), LinkedIn (64%) y, a mucha distancia, Twitter (28%).
- El 86% de las empresas encuestadas tiene algún tipo de presencia en redes sociales, lo que supone un 4% más que en 2015.
- Facebook es la red social con mayor presencia de empresas. El 79% de las compañías encuestadas tiene cuenta corporativa en ella.
- Los profesionales de Recursos Humanos son, en su gran mayoría, usuarios con sobrada experiencia en el uso de las redes sociales. Tres de cada cuatro encuestados cuentan con más de 5 años de experiencia en el uso de estas herramientas.
- El teléfono móvil es el dispositivo más elegido por los reclutadores para consultar las redes sociales (81%).

2. RECLUTAMIENTO EN REDES SOCIALES

- El uso de las redes sociales como medio para captar talento

pierde tres puntos porcentuales, pasando de un 87% en 2015 a un 84% en el último año.

- La red social más utilizada por las empresas españolas para descubrir talento es, un año más, LinkedIn. A ella recurren el 74% de los reclutadores que hacen uso de las redes para encontrar candidatos.
- Los portales web de empleo siguen siendo la herramienta más utilizada por los profesionales de RRHH cuando quieren reclutar a nuevos empleados. De hecho, es el canal al que recurren siempre o casi siempre el 67% de los seleccionadores, unido al 21% que los utiliza de forma habitual u ocasional.
- Además, los portales web de empleo son también la herramienta de intermediación laboral mejor valorada por los profesionales de RRHH. El 97% de los encuestados considera satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de ellos.
- La valoración positiva de las redes sociales como canal de atracción y selección de talento asciende hasta el 92%. La red mejor valorada es LinkedIn (67%).
- Seis de cada diez reclutadores utilizan los perfiles corporativos de la empresa para captar talento.
- El 31% de los profesionales de RRHH no se muestra satisfecho con los perfiles de los candidatos que encuentra en redes sociales.
- El 35% de los reclutadores opina

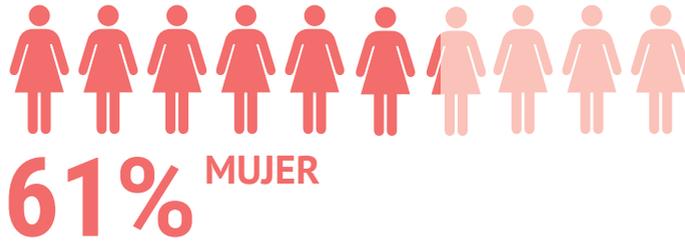
que los candidatos no dan un uso suficientemente profesional a sus perfiles en redes sociales. Además, también se quejan del tiempo excesivo que emplean en realizar la búsqueda (32%) y de la falta de determinados candidatos (30%).

- El 61% de las empresas no recurre a ningún servicio de pago en RRSS para realizar las labores de captación de talento.
- En el plazo de dos años, los mecanismos de intermediación laboral más utilizados serán: portales web de empleo (97%), contactos personales (96%), redes sociales (95%) y sites corporativos (94%).

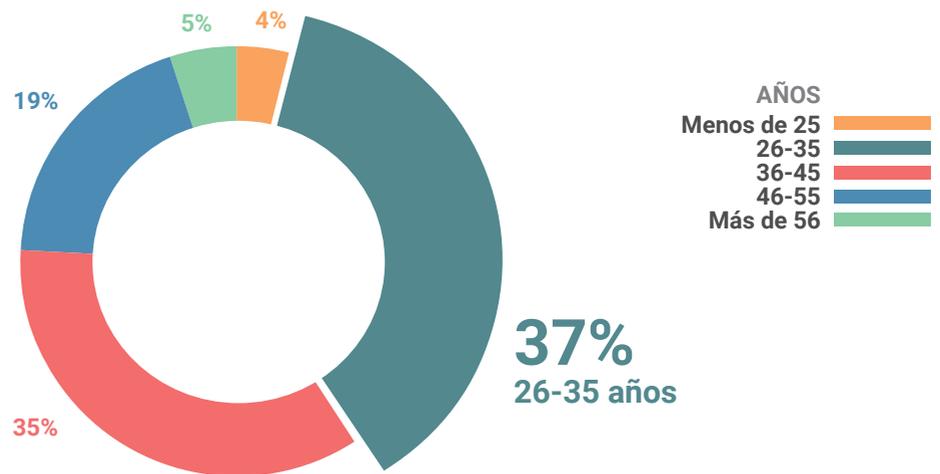
3. REPUTACIÓN ONLINE

- El 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.
- Durante el último año el 55% de los profesionales de RRHH encuestados ha reconsiderado su decisión de contratación después de consultar los perfiles en redes de algún candidato preseleccionado; el 36% lo ha hecho empeorando su decisión.
- Tan solo un 21% de las empresas ha seleccionado a un candidato por su actividad en redes sociales.
- El 31% de las organizaciones ha desestimado la candidatura de algún aspirante a un puesto de trabajo por la imagen que proyectan en alguno de sus perfiles en redes.

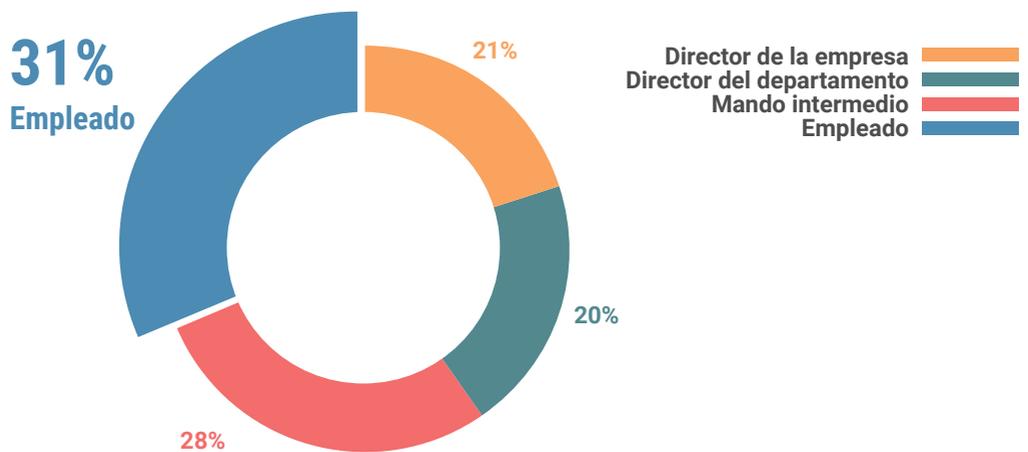
1.1 Sexo



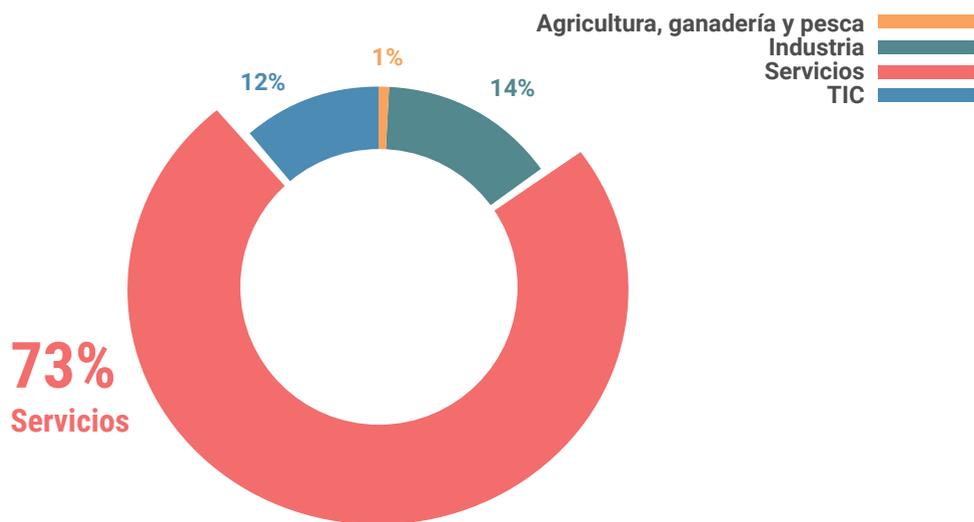
1.2 Edad



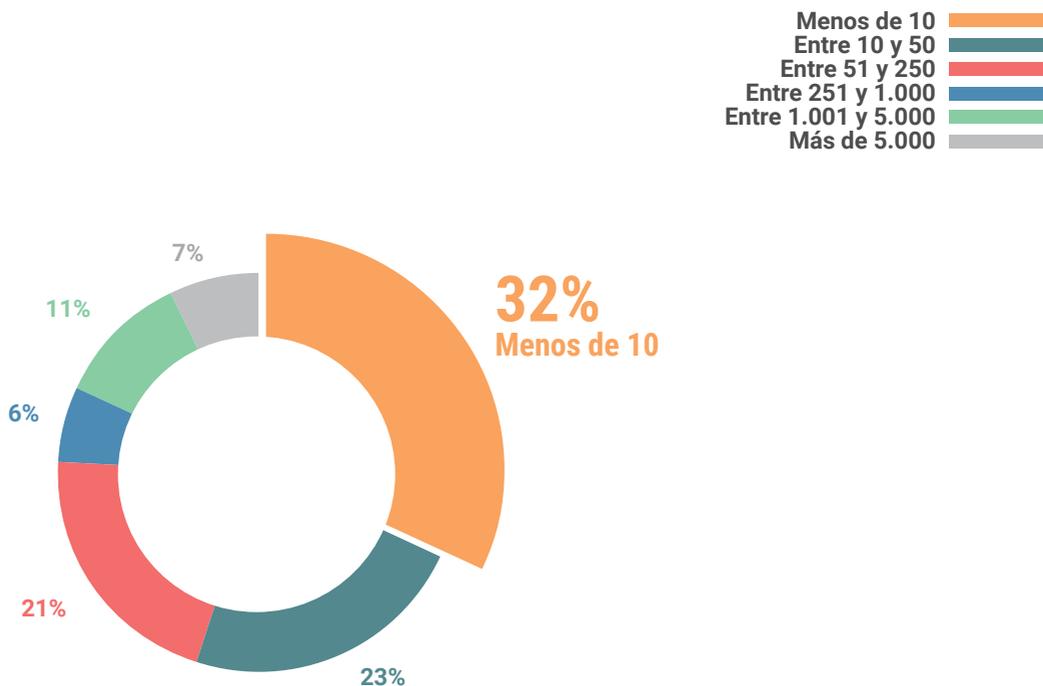
1.3 Cargo de la empresa



1.4
Sector



1.5
Número de empleados

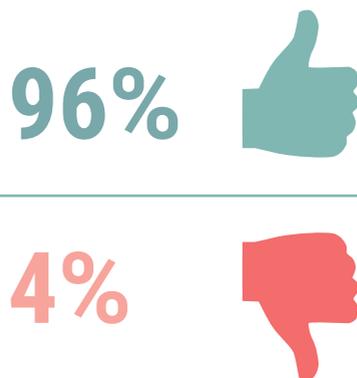


02 EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

El 96% de los profesionales de recursos humanos encuestados tiene cuenta personal en, al menos, una red social. Si tenemos en cuenta el número de usuarios, la que cuenta con más reclutadores registrados es Facebook (93%), seguida de LinkedIn (89%) y Google+ (75%).

Si la variable a considerar es la tasa de actividad, las redes en las que los profesionales se muestran más activos serían Facebook (66%), LinkedIn (64%) y, a mucha distancia, Twitter (28%).

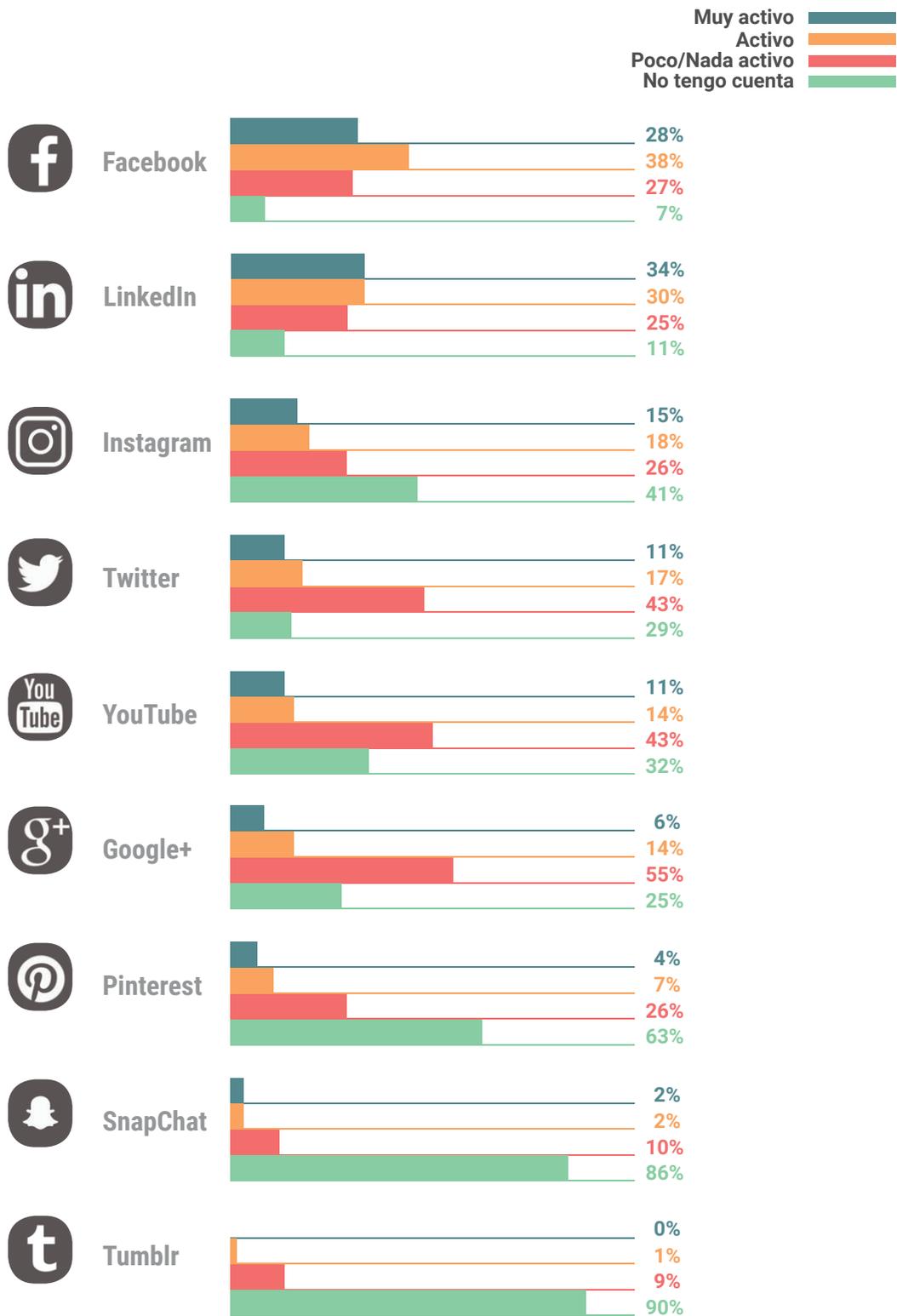
2.1 ¿Tienes cuenta personal en alguna red social?



**EL 96% DE LOS RECLUTADORES
TIENE AL MENOS UNA CUENTA
EN REDES SOCIALES**

2.2

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



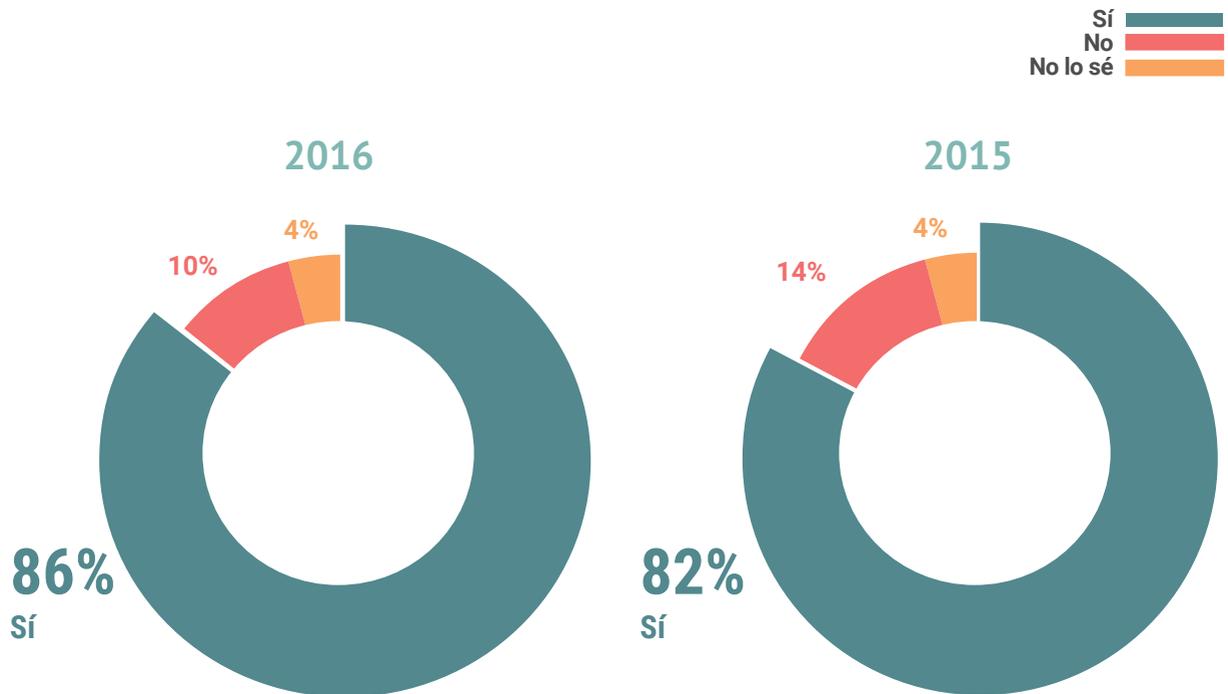
2.3

¿Tu empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales?

El 86% de las empresas encuestadas tiene algún tipo de presencia en redes sociales, lo que supone un 4% más que en 2015, y un 16% más que en 2011.

A pesar de que la mayoría de compañías son conscientes de la gran importancia que tienen las redes sociales

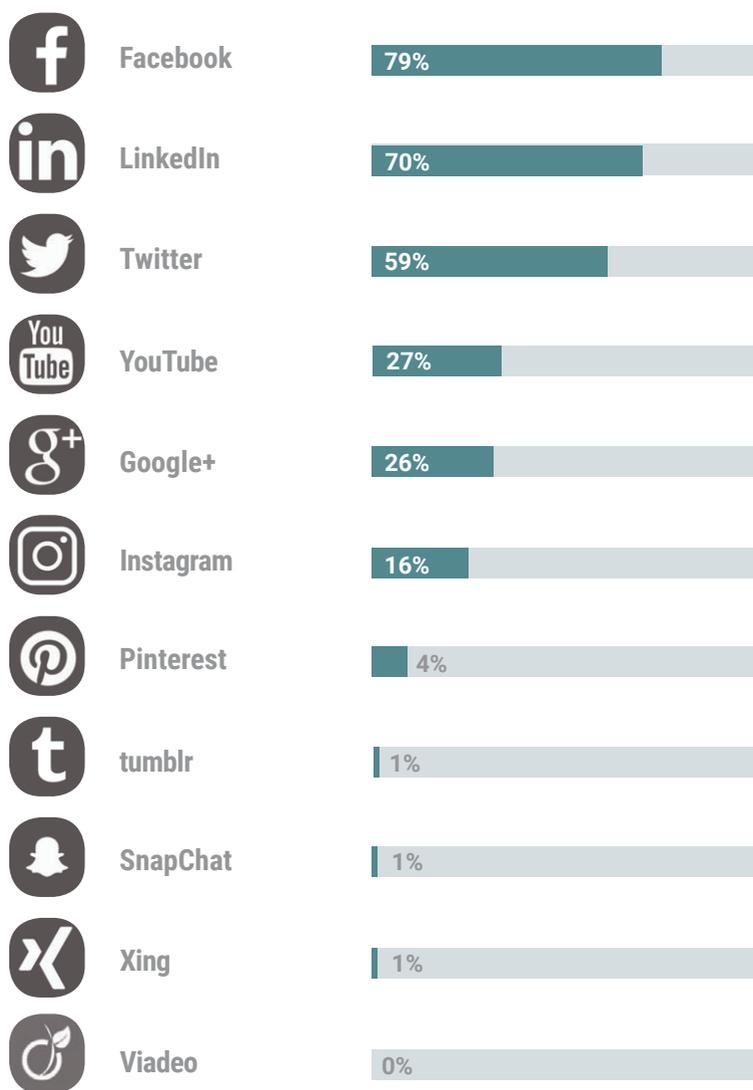
en su estrategia de marca, todavía existe una cifra considerable de empresas que no están presentes: una de cada diez empresas no tiene cuenta. Además, el 4% de los profesionales de selección consultados para la elaboración de este estudio desconocen si su empresa está o no presente en RRSS.



AUMENTA EL NÚMERO DE EMPRESAS CON CUENTA EN REDES SOCIALES

2.4

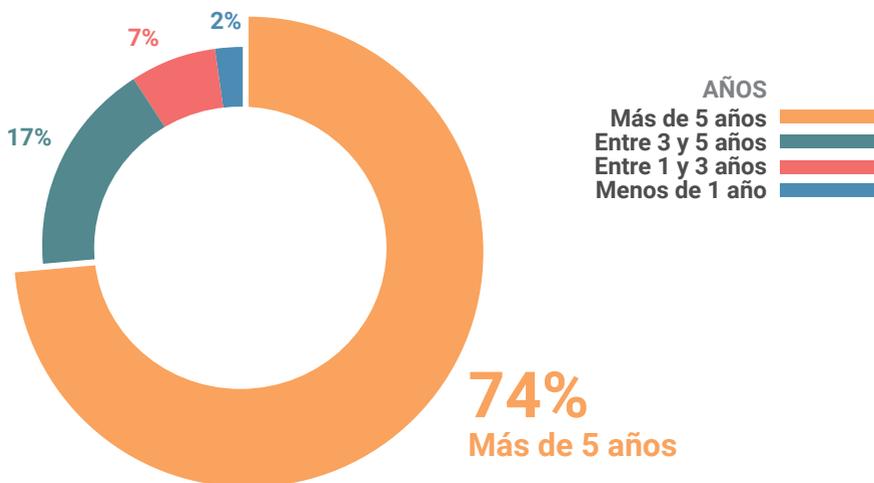
¿En cuáles de las siguientes redes sociales tenéis cuenta corporativa? ⁽¹⁾



**FACEBOOK ES LA RED SOCIAL
CON MAYOR PRESENCIA DE
EMPRESAS**

(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

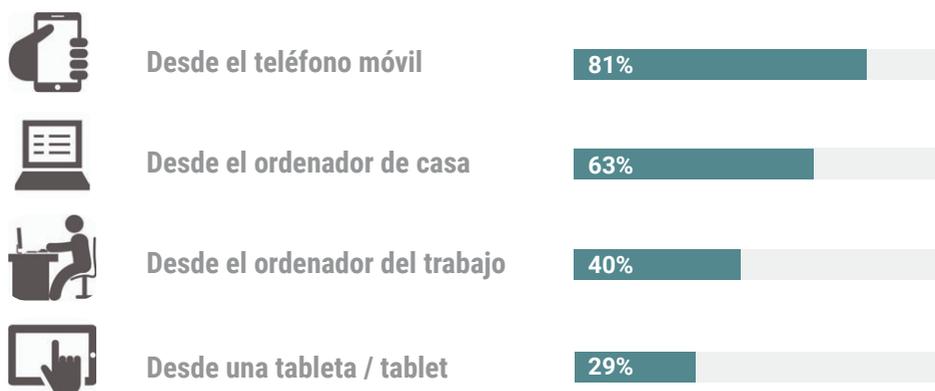
2.5 ¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales?



2.6 ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales? ⁽¹⁾

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 las redes

sociales a través de sus terminales móviles, hoy en día la cifra alcanza el 81%, superando en uso tanto al ordenador personal (63%) como al de su trabajo (40%).



3.1

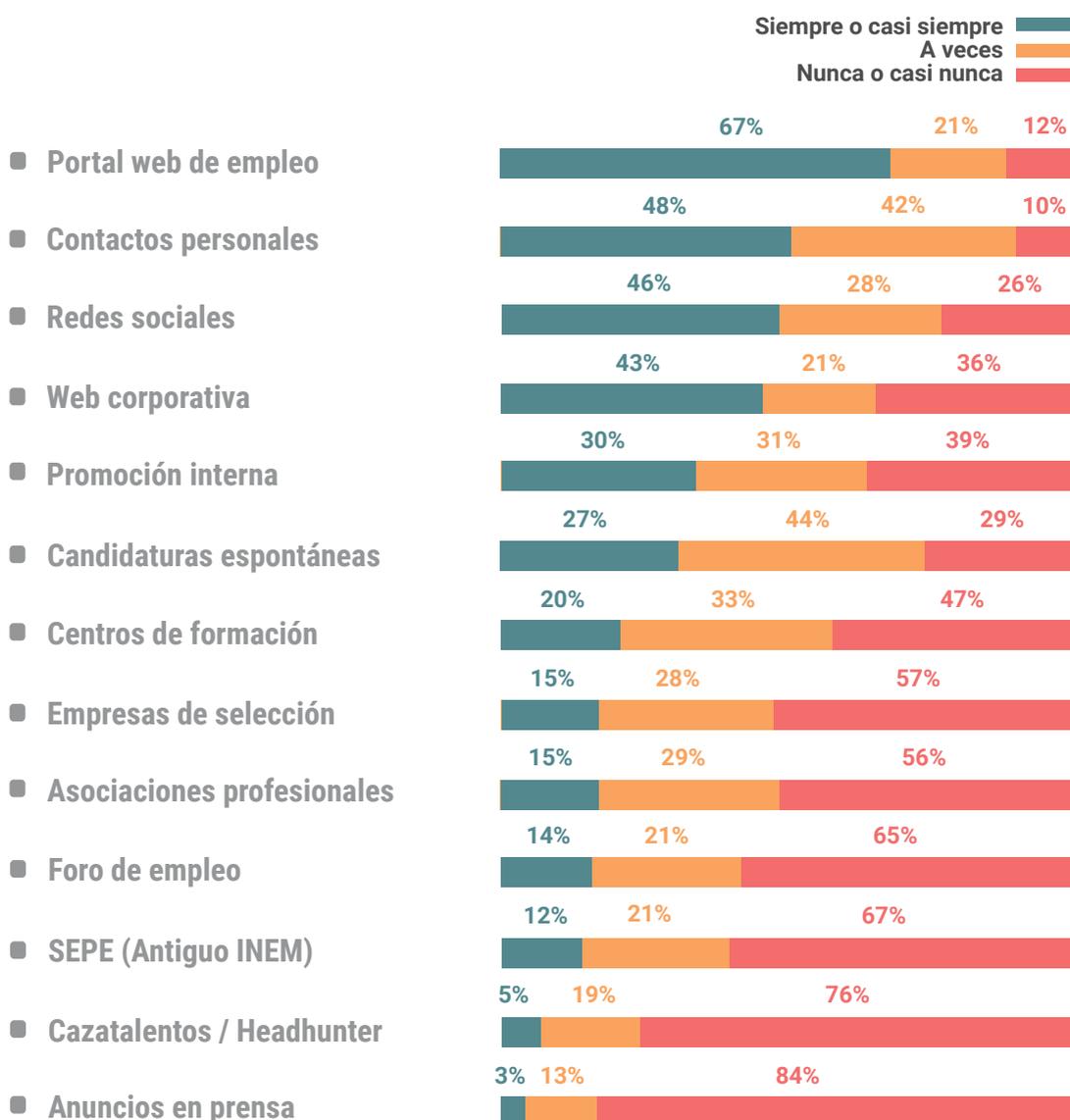
¿Qué medios utilizas para buscar a los posibles candidatos a los puestos que deseáis cubrir?

Las tres herramientas a las que recurren siempre o casi siempre los profesionales de recursos humanos que quieren reclutar a futuros candidatos son los portales web de empleo (67%), los contactos personales (48%) y las redes sociales (46%). De forma ocasional también son la fuente consultada por el 21%, el 42% y el 28% de los encuestados, respectivamente.

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 superior al 30% 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 encontrar a futuros empleados.



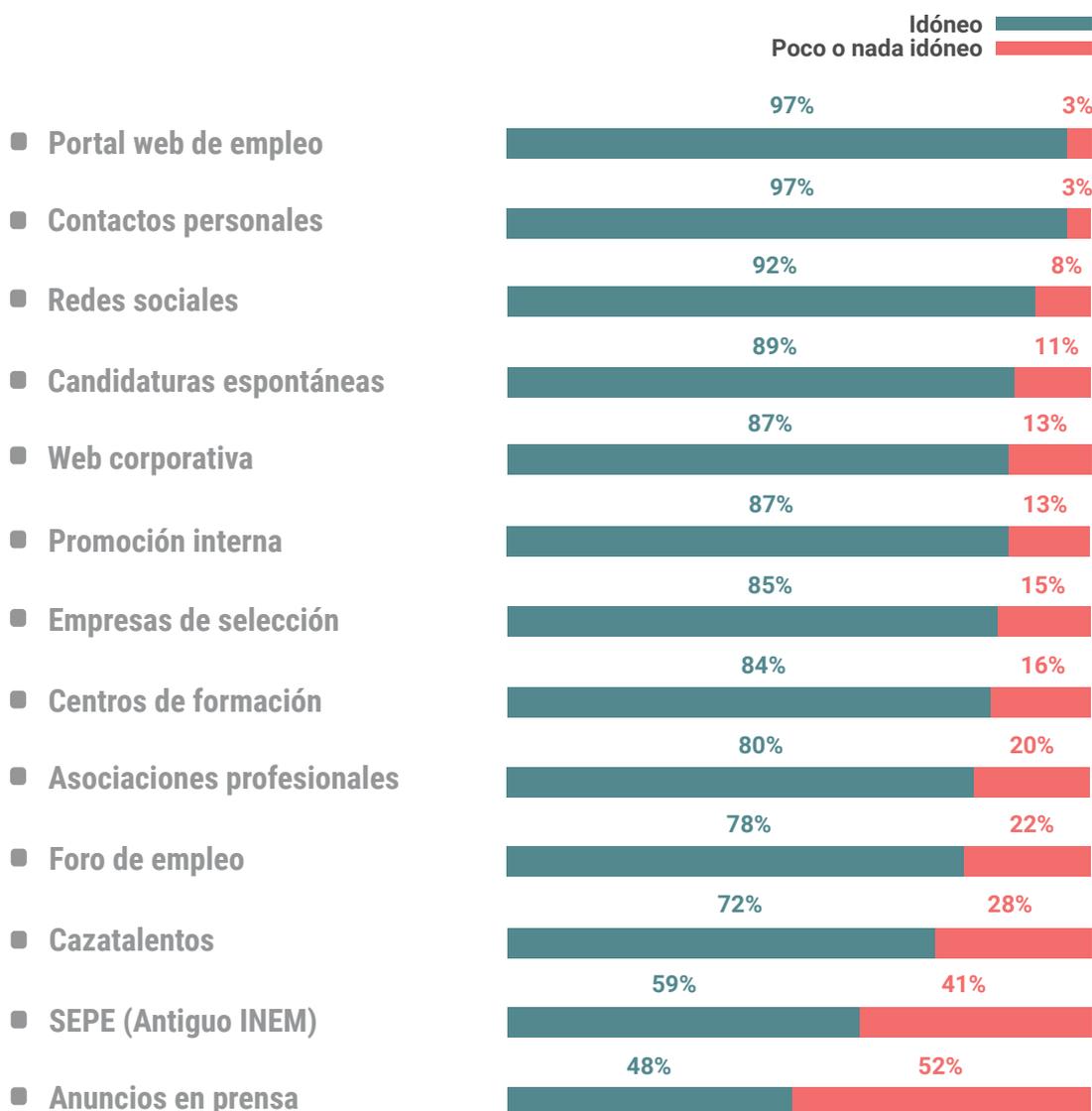
3.1.2 Valora las siguientes redes sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo:

En estos últimos años estamos asistiendo a una importante transformación en nuestra forma de comunicarnos, todo ello producto del vertiginoso avance tecnológico. Los Recursos Humanos no son ajenos a estos cambios, y el mejor ejemplo de ello lo encontramos en los canales de reclutamiento 2.0. De igual modo, así como han llegado nuevos medios de captación de talento, otros más tradicionales van reduciendo su presencia y efectividad de manera considerable: anuncios en prensa, SEPE, foros de empleo, etc.

Los portales web de empleo siguen siendo el medio mejor valorado por los responsables de Recursos Humanos para

reclutar talento en España. El 97% considera satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de ellos. En el mismo nivel se encuentran también los contactos personales, considerados también una herramienta efectiva por el 97% de los reclutadores, y las redes sociales, cuya valoración positiva como canal de atracción y selección de talento asciende hasta el 92%.

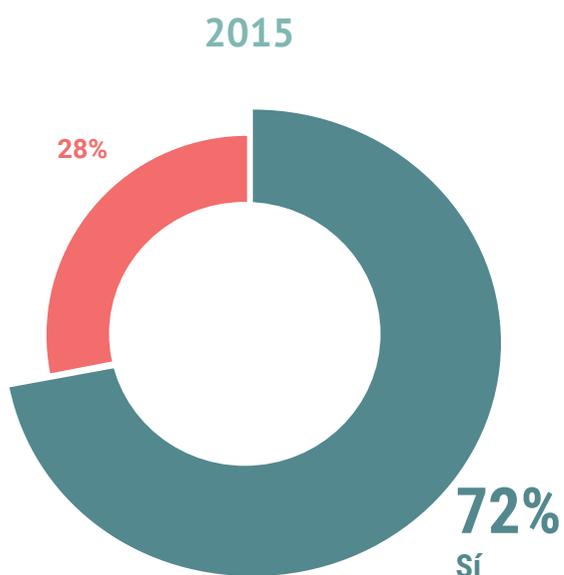
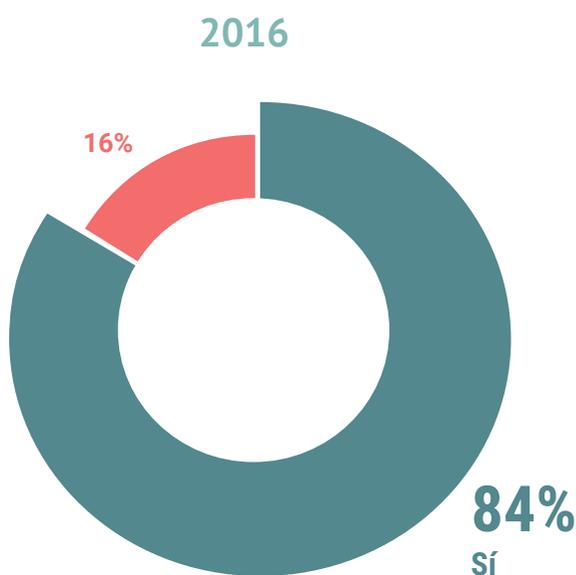
En el otro lado de la balanza nos encontramos con canales más convencionales, como los anuncios en prensa y el SEPE (antiguo INEM), que siguen recogiendo opiniones negativas por parte del 52% y el 41% de los profesionales de Recursos Humanos, respectivamente.



3.2

Profesionales de RRHH que usan las redes sociales para captar talento de forma ocasional o habitual...

Sí 
No 



USO DE REDES SOCIALES SEGÚN SEXO

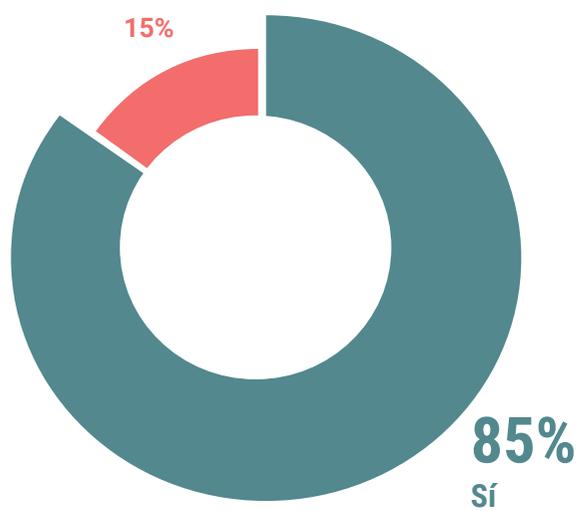
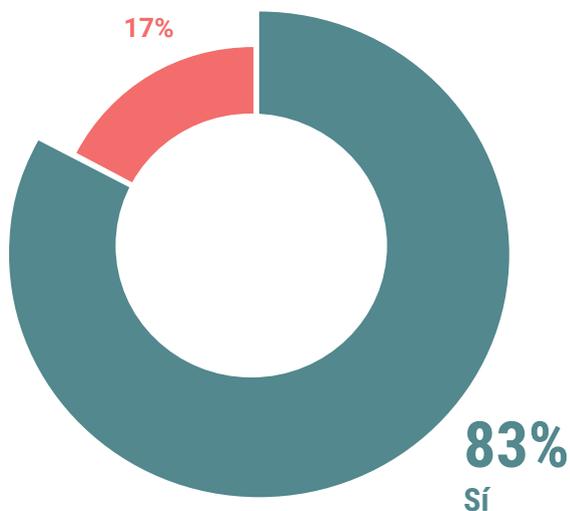


HOMBRES

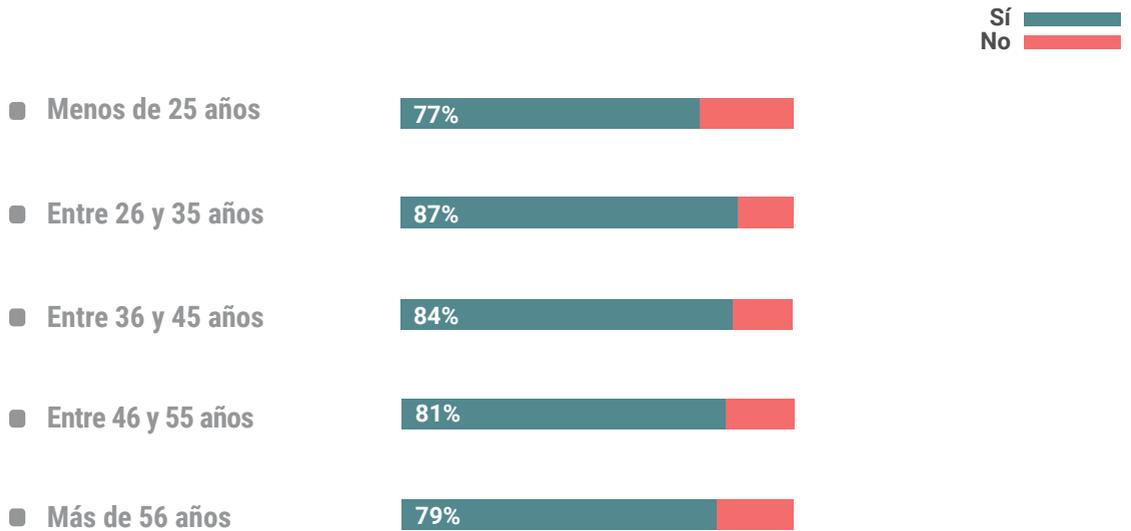


MUJERES

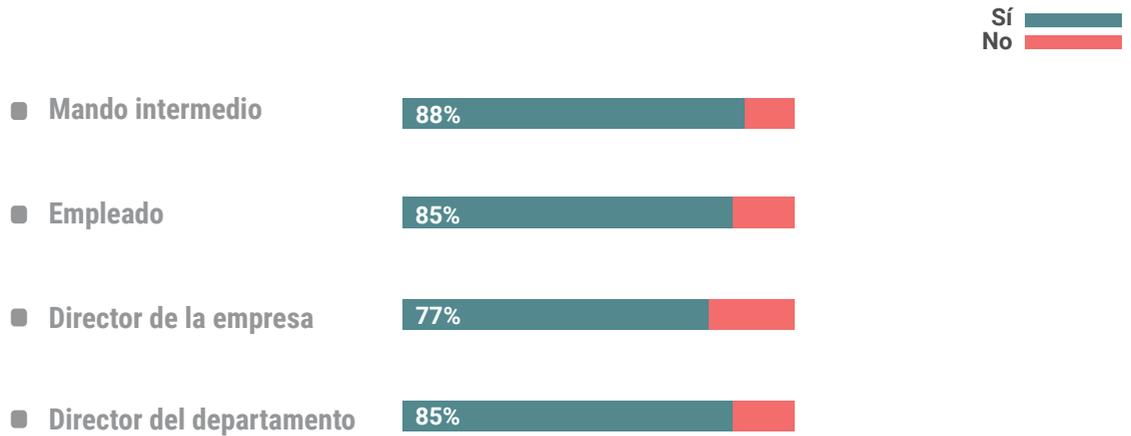
Sí 
No 



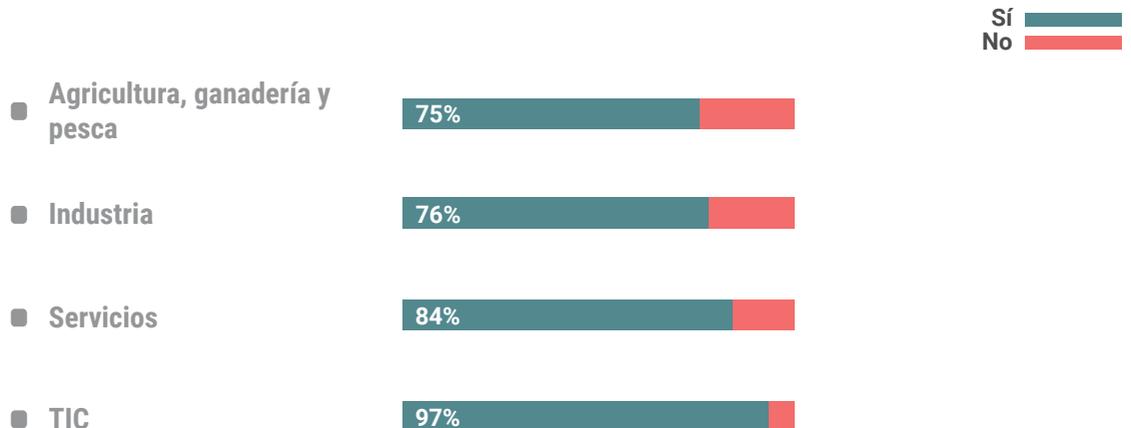
USO DE REDES SOCIALES SEGÚN EDAD



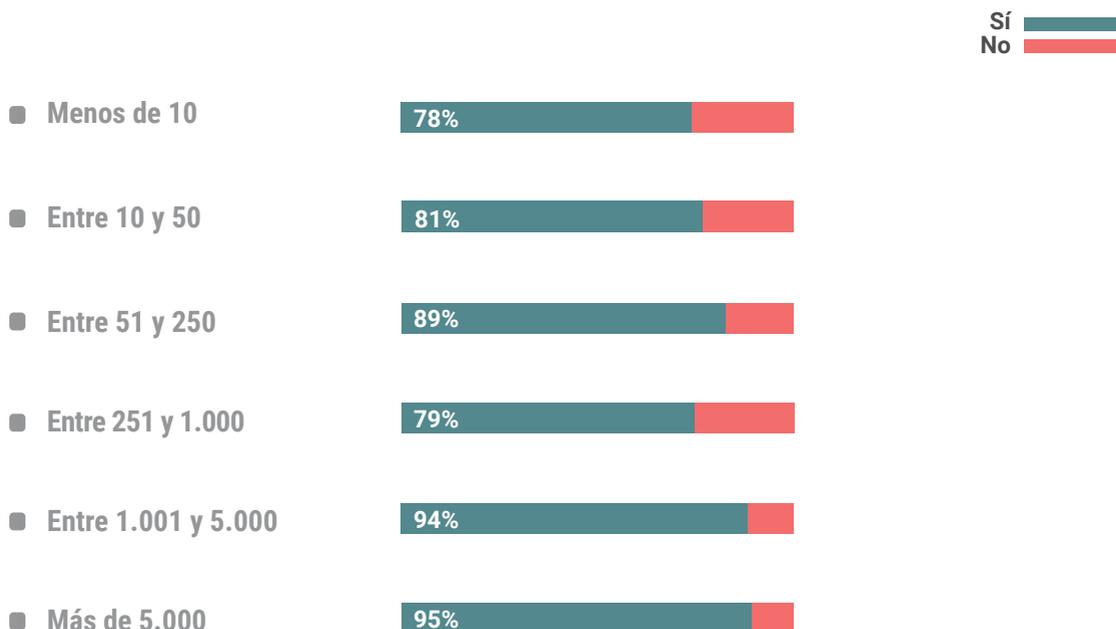
USO DE REDES SOCIALES SEGÚN PUESTO



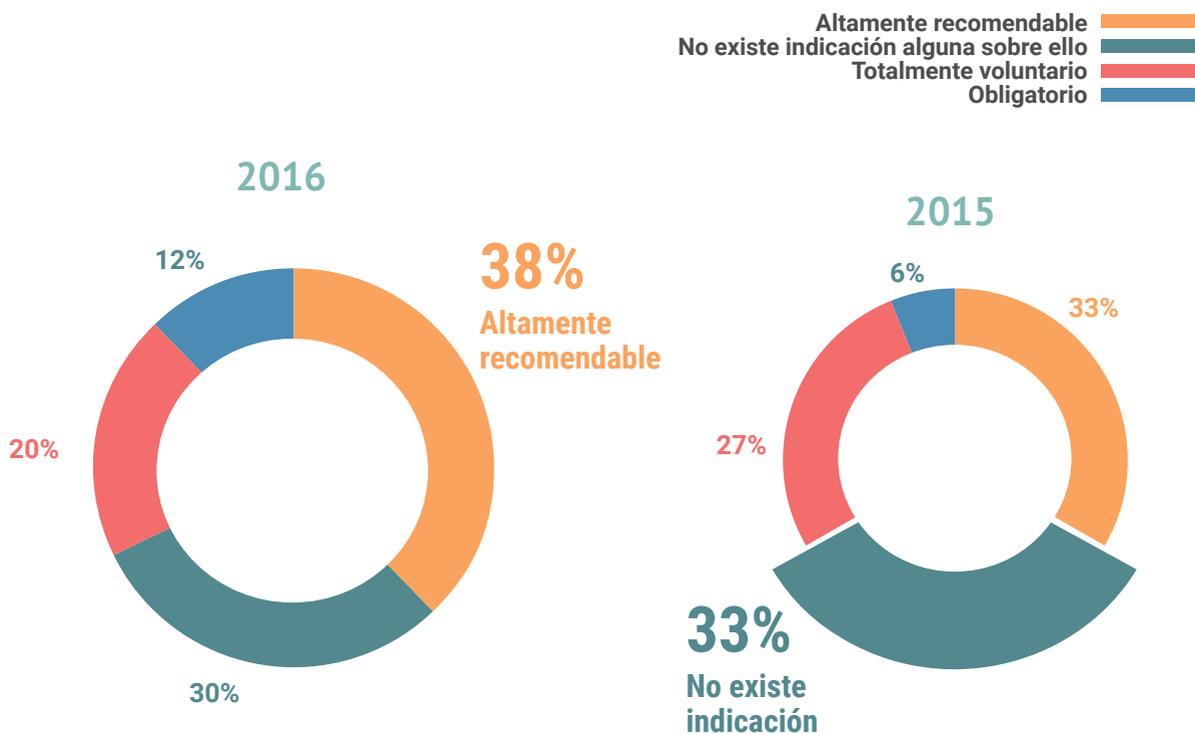
USO DE REDES SOCIALES SEGÚN SECTOR



USO DE REDES SOCIALES SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS

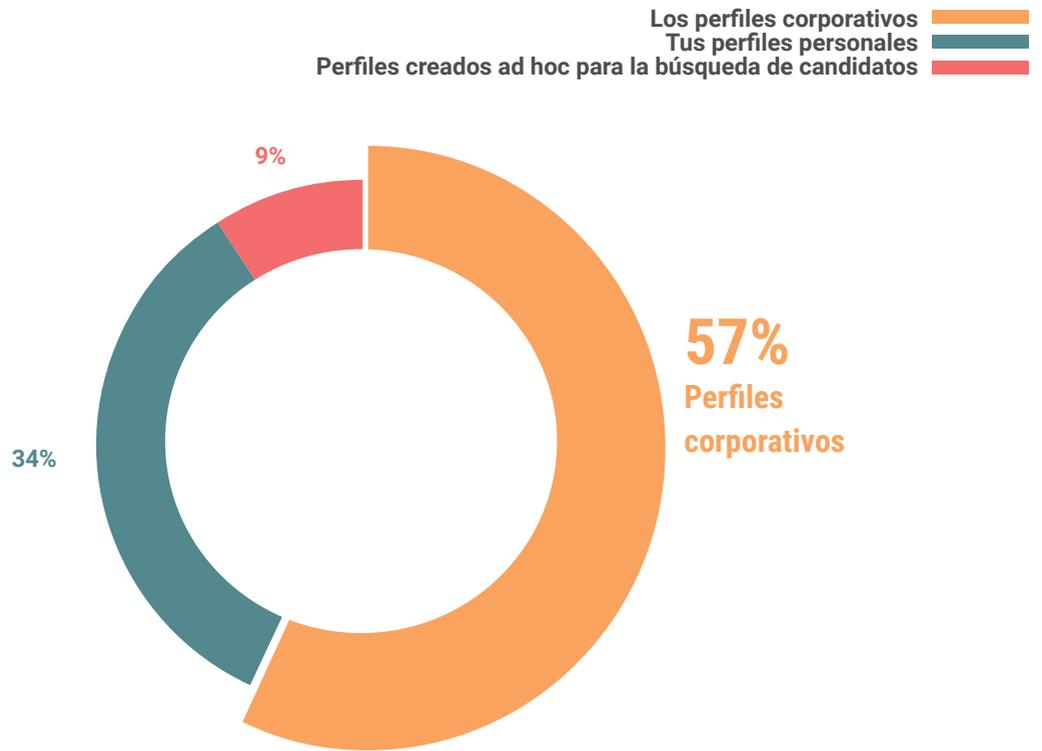


3.3 En tu empresa, el uso de las redes sociales para captar y atraer talento es...



3.4

Mayoritariamente, para captar talento a través de RRSS utilizas...



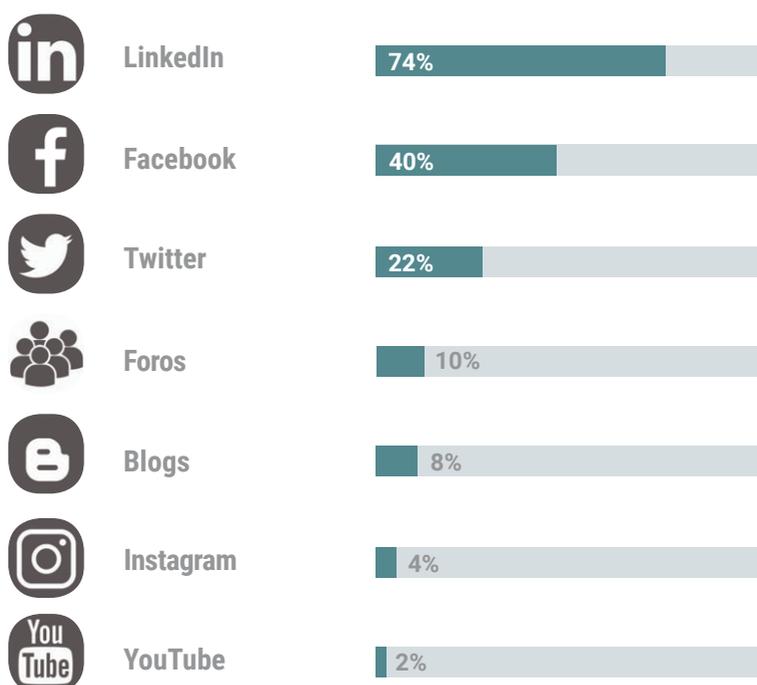
**SEIS DE CADA DIEZ
RECLUTADORES UTILIZAN LOS
PERFILES CORPORATIVOS PARA
CAPTAR TALENTO**

3.5 ¿Qué redes sociales o comunidades online utilizas para buscar candidatos en tu empresa? ⁽¹⁾

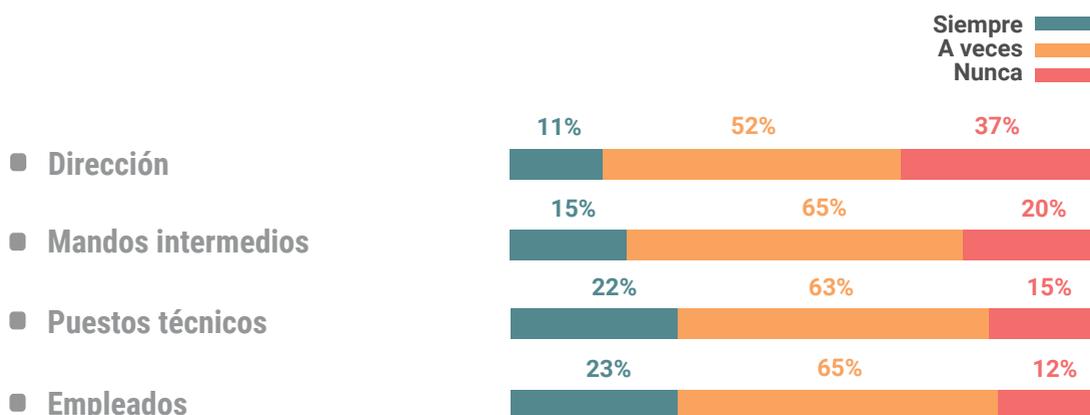
La red social más utilizada por las empresas españolas para reclutar talento es, un año más, LinkedIn, plataforma a la que recurre el 74% de los reclutadores que hace uso de las redes sociales para encontrar candidatos.

y Twitter, que en 2016 reduce de forma extraordinaria el número de profesionales que acuden a ella cuando necesitan aumentar su plantilla, cayendo de un 45% en 2015 hasta el 22% en este último año.

Le siguen Facebook, que es la red social utilizada por cuatro de cada diez de los profesionales encuestados;



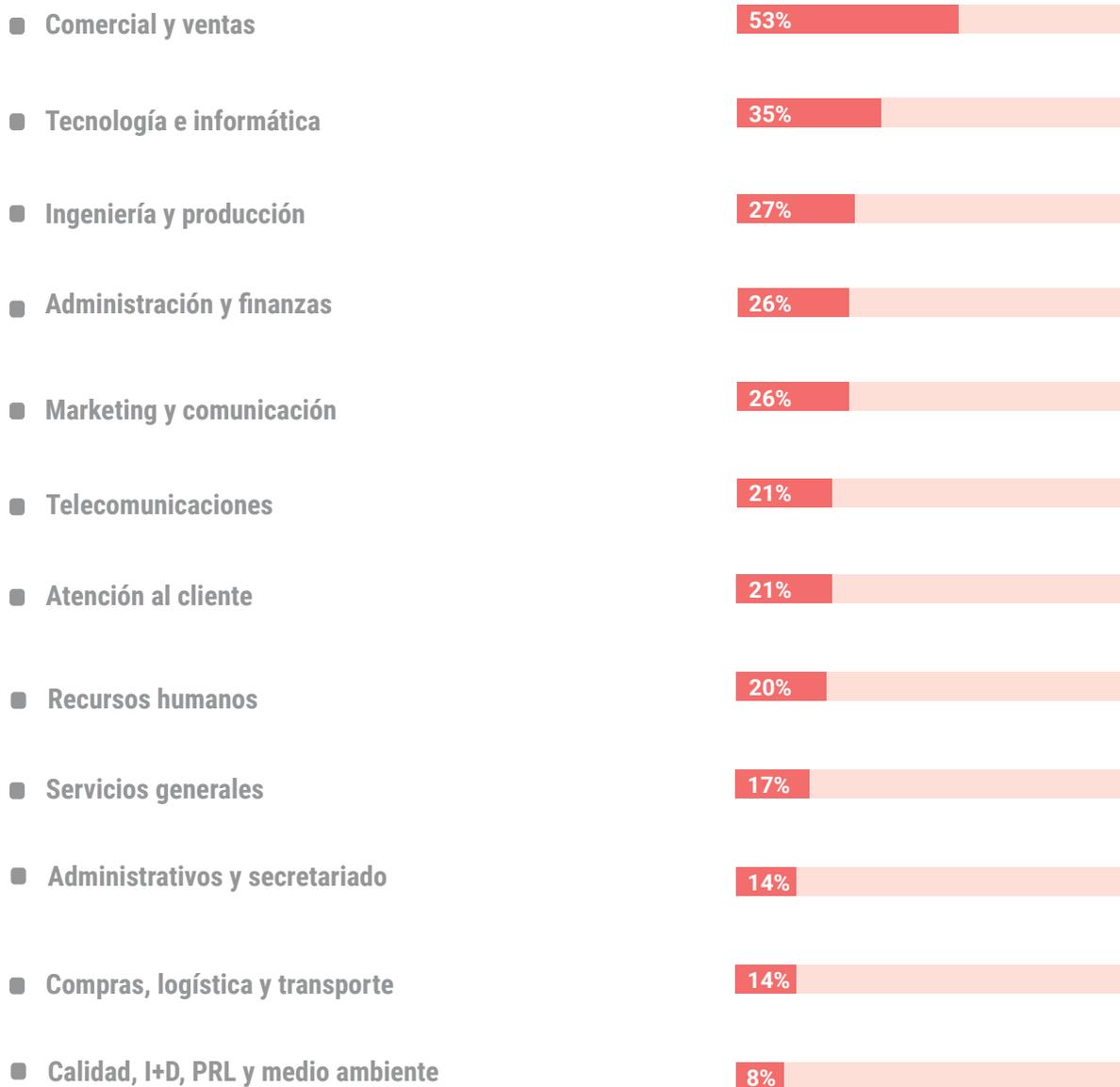
3.6 ¿Qué tipo de profesionales, según su categoría profesional, buscas a través de RRSS?



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

3.7

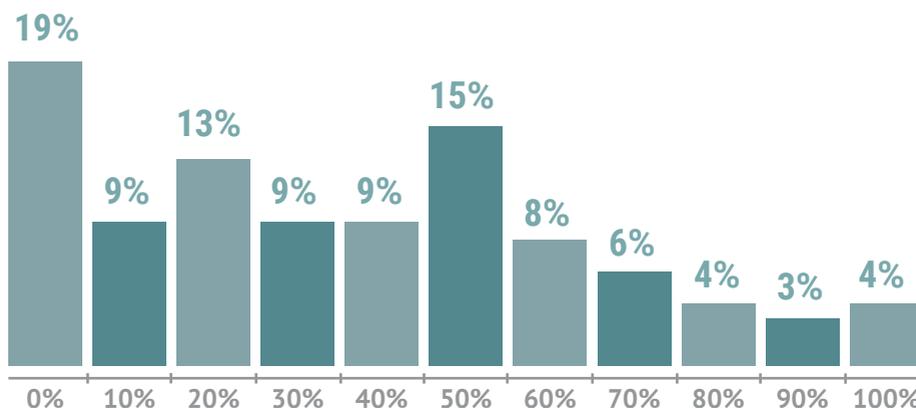
¿Para cubrir vacantes de qué área/as las utilizas? ⁽¹⁾



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

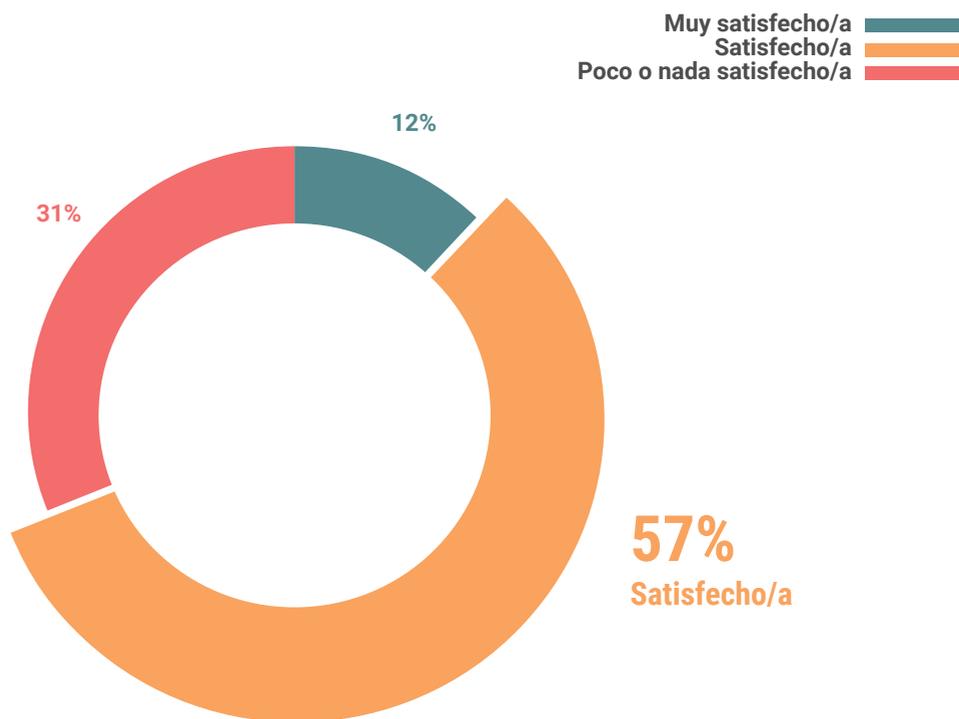
3.8

Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las incorporaciones que han tenido lugar en tu empresa durante el último año has/habéis encontrado a través de redes sociales?

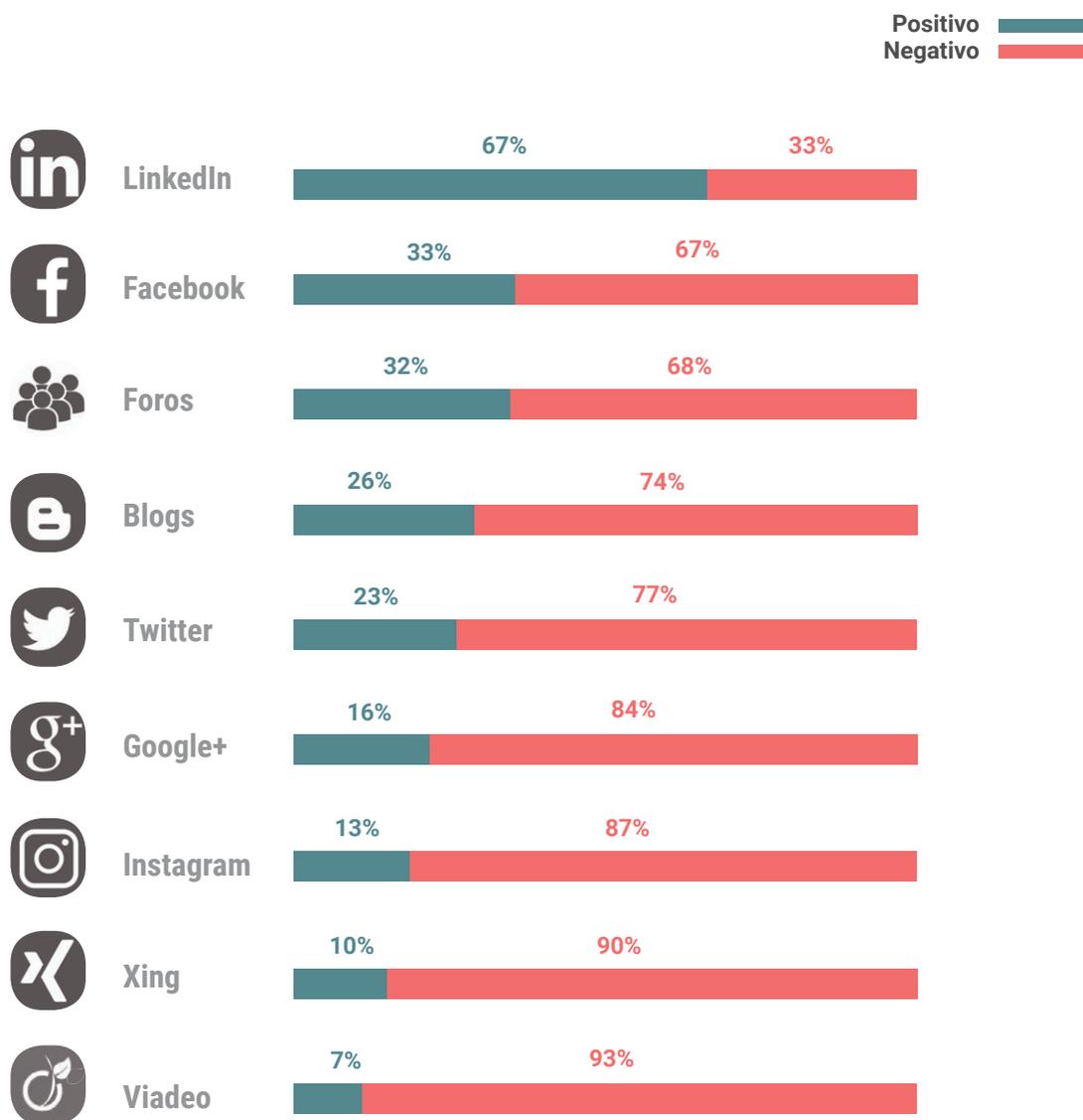


3.9

¿Estás satisfecho/a con los perfiles de candidatos que has encontrado en tus búsquedas a través de redes sociales?



3.10 Evalúa, por favor, el éxito en la contratación a través de las redes sociales que has utilizado en para reclutar candidatos:



LINKEDIN ES LA RED SOCIAL MÁS VALORADA POR LOS PROFESIONALES DE RRHH

3.11 ¿Qué tipo de estrategia de reclutamiento desarrolla tu empresa en LinkedIn?⁽¹⁾



3.12 ¿Qué tipo de estrategia de reclutamiento desarrolla tu empresa en Facebook?⁽¹⁾

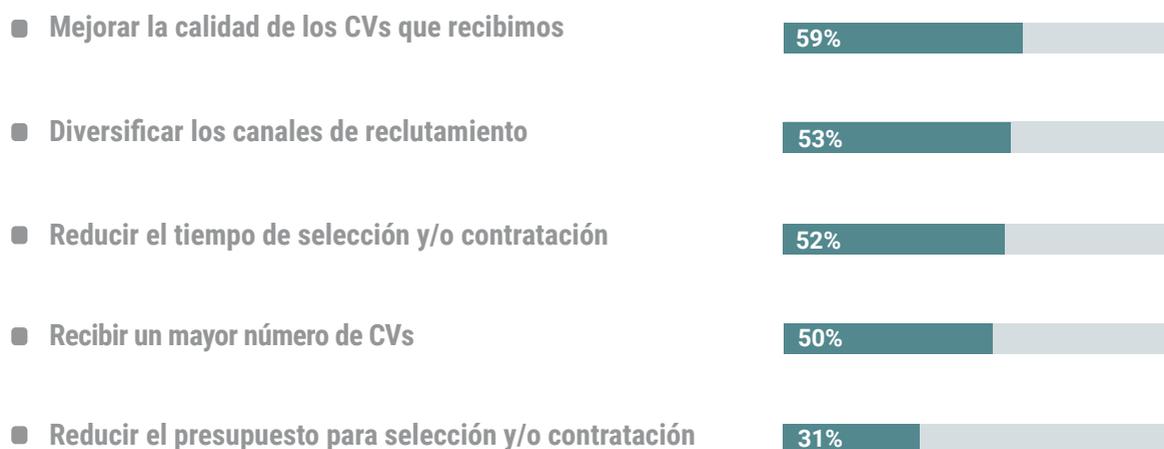


(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

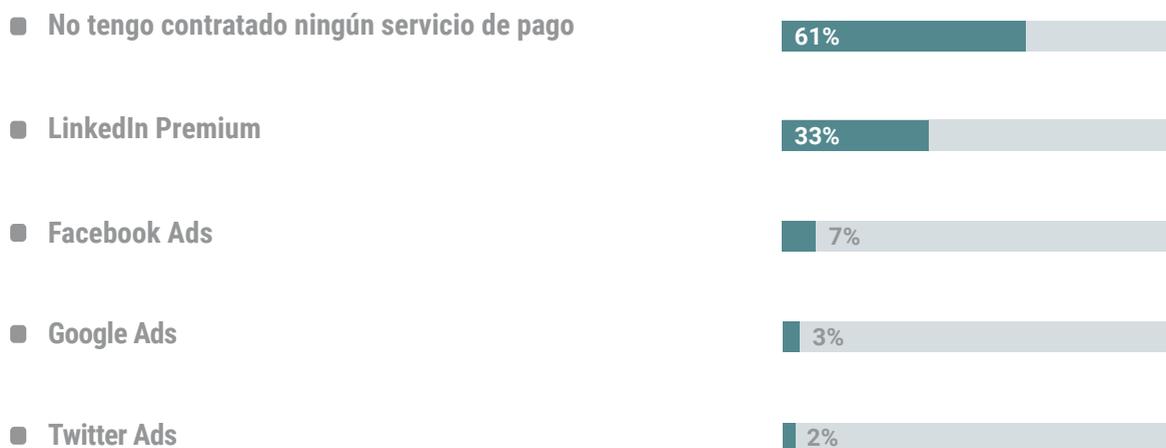
3.13 ¿Qué tipo de estrategia de reclutamiento desarrolla tu empresa en Twitter? ⁽¹⁾



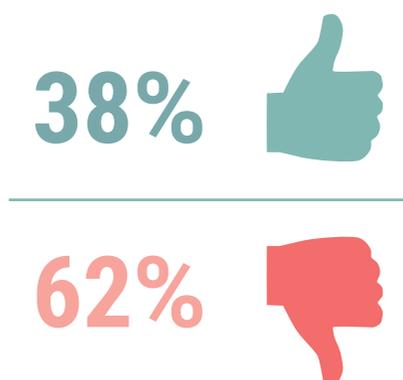
3.14 ¿Qué objetivos esperas conseguir utilizando las redes sociales como canal de intermediación laboral? ⁽¹⁾



3.15 ¿Recurre a algún servicio Premium o de pago para realizar atracción y captación de talento en redes sociales? ⁽¹⁾



3.16 ¿Tenéis pensado incrementar la inversión en alguna red o plataforma social para reclutar durante el próximo año?



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción de servicio de pago.

3.17 En tu opinión, ¿qué aspectos negativos te has encontrado al reclutar candidatos a través de RRSS? ⁽¹⁾



EL 35% DE LOS RECLUTADORES OPINA QUE LOS CANDIDATOS NO DAN UN USO SUFICIENTEMENTE PROFESIONAL A SUS RRSS

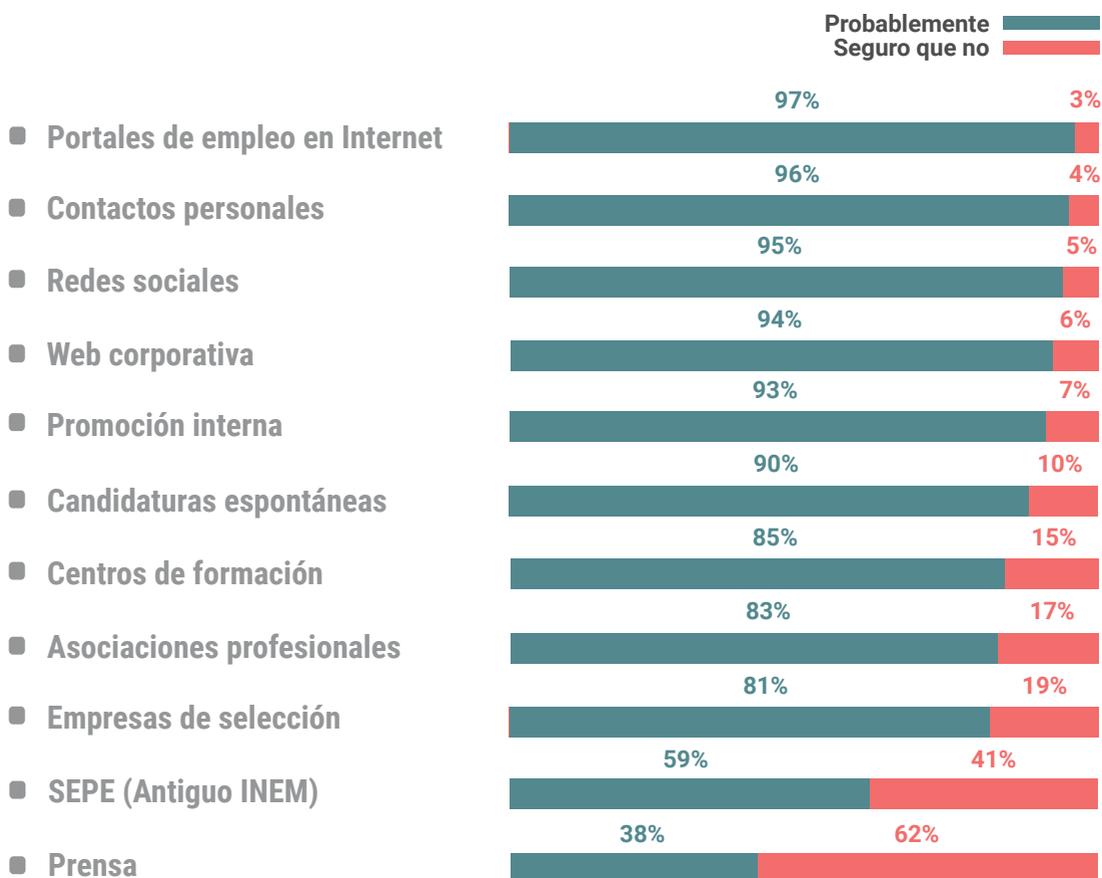
3.18 ¿Qué medios consideras que vas a utilizar dentro de dos años para buscar candidatos?

El 97% de los responsables de Recursos Humanos, al ser preguntados por los medios de intermediación laboral que utilizarán en un plazo de dos años, afirma que los portales web de empleo serán el canal principal.

Le acompañarán en el proceso los contactos personales (96%) y las redes sociales (95%). Las webs corporativas y la promoción interna seguirán también formando parte de las

herramientas que emplearán las empresas para reclutar candidatos, según la opinión del 94% y el 93% de los seleccionadores, respectivamente.

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.



3.19 Valora las siguientes afirmaciones:



El 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.

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 también como identidad digital.

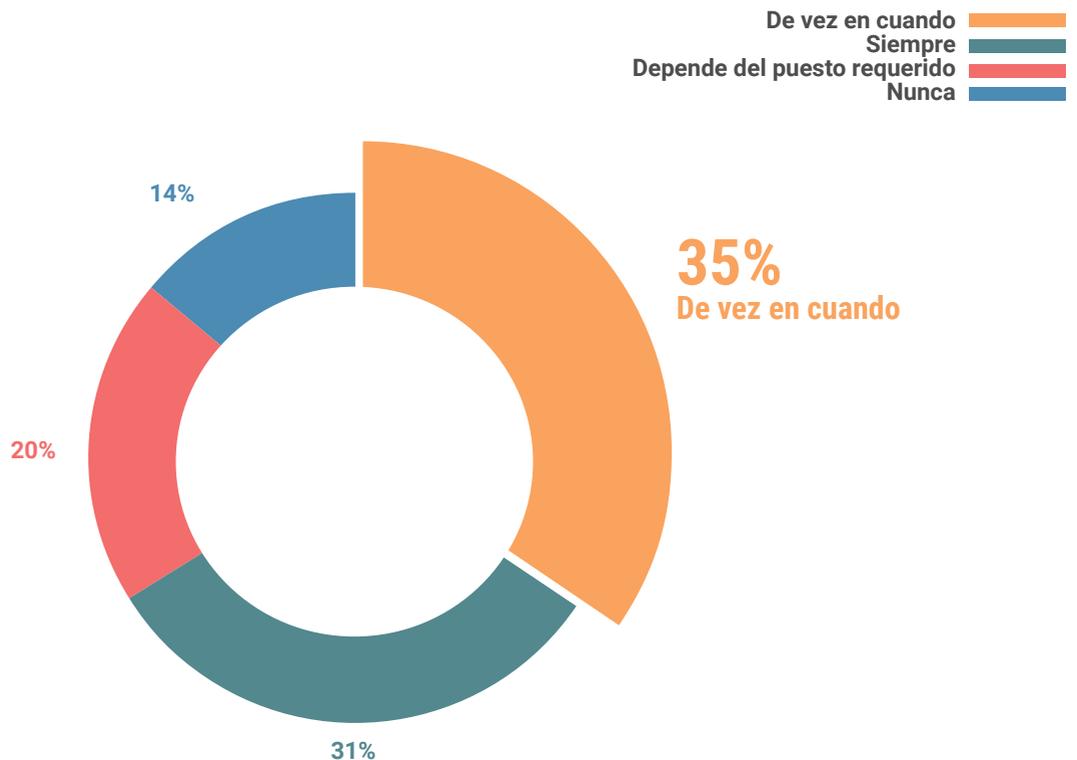
Durante este último año el 55% de los profesionales de RRHH encuestados ha

reconsiderado su decisión de contratación después de consultar los perfiles en redes de algún candidato preseleccionado; el 36% lo ha hecho empeorando su decisión.

Además, tan sólo un 21% de las empresas ha 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 la imagen que proyecta en sus perfiles.

4.1

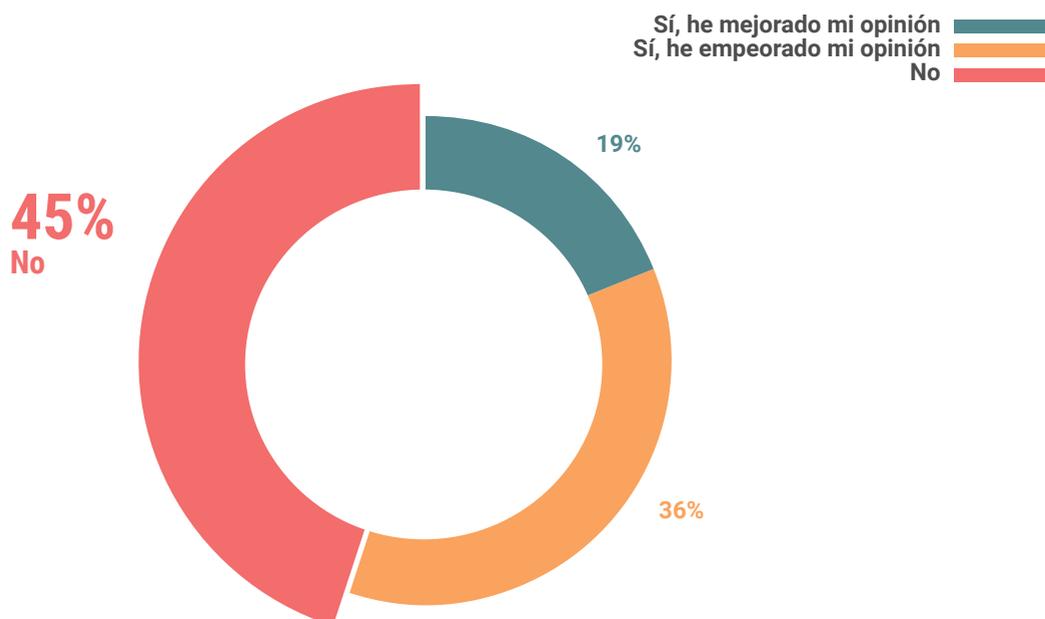
A la hora de seleccionar candidatos, ¿consultas sus perfiles en redes sociales?



4.2 En los procesos de reclutamiento en redes sociales, ¿qué es lo que atrae tu atención en los perfiles de los candidatos? ⁽¹⁾



4.3 ¿Has reconsiderado a algún candidato preseleccionado después de ver sus perfiles en redes sociales?



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

4.4

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

21%



79%



4.5

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

33%



67%

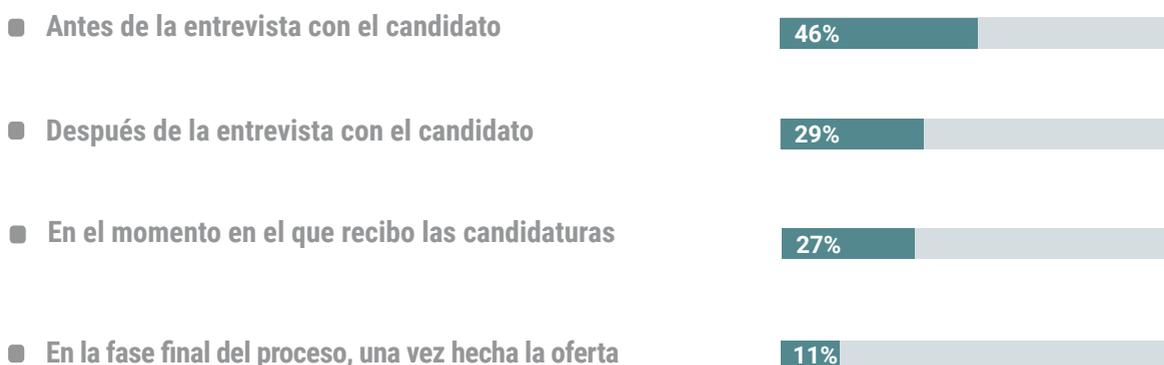


**EL 33% DE LOS RECLUTADORES
HA RECHAZADO A UN
CANDIDATO POR SU ACTIVIDAD
EN REDES SOCIALES**

4.6 ¿En qué momento analizas la actividad y reputación del candidato en las redes sociales? ⁽¹⁾

La identidad digital, también conocida como marca personal, aporta más información sobre un candidato que cualquier curriculum vitae. Por esa razón, las empresas suelen analizar la actividad de los candidatos

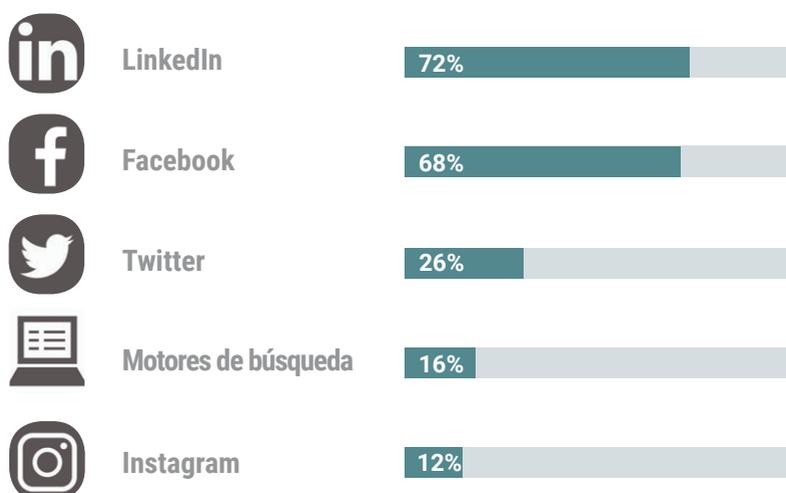
en sus perfiles de redes sociales. Antes y después de realizar la entrevista con el candidato son los momentos en los que más suelen consultar los reclutadores las RRSS de los candidatos.



4.7 ¿Qué perfiles del candidato en las redes sociales/herramientas online son los que sueles mirar para obtener información sobre él? ⁽¹⁾

LinkedIn y Facebook son las redes sociales más consultadas por los profesionales de RRHH cuando quieren obtener información sobre algún candidato. La primera ha registrado un crecimiento de más de 10 puntos porcentuales en el último año, pasando de un

61% en 2015 a un 72% en 2016; la segunda vuelve a la senda del crecimiento y, a pesar de perder el primer lugar, gana también peso y se sitúa en el 68%. Twitter, sin embargo, pierde aceptación entre los reclutadores, quedándose con solo el 26%.



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.



Adecco

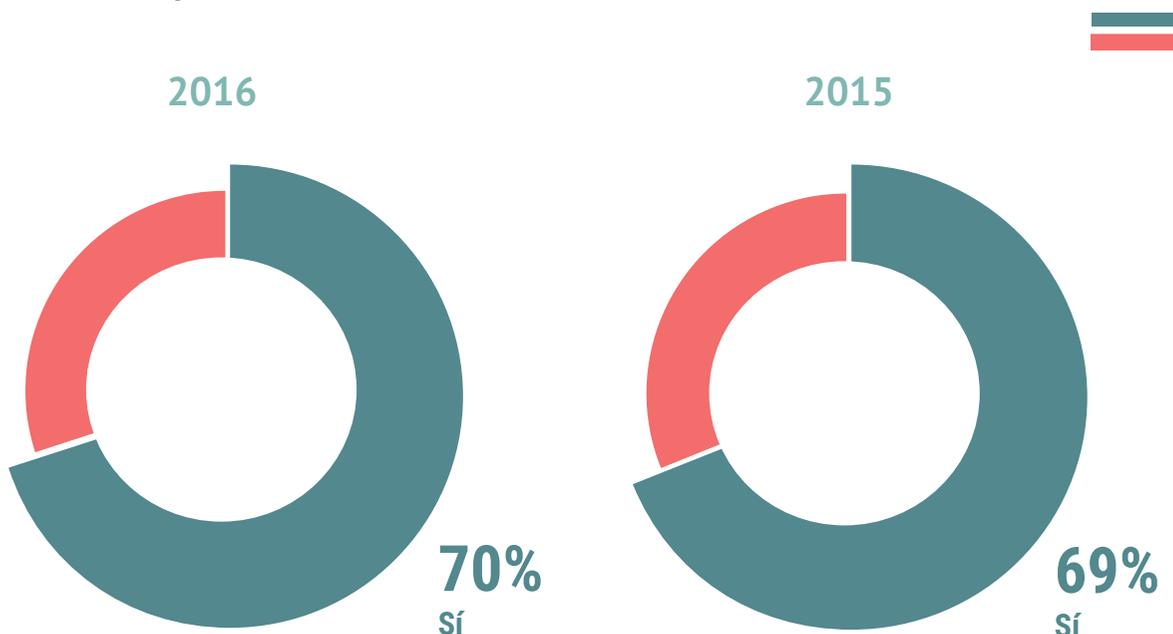
4.8

¿Cuáles de los siguientes aspectos harían que rechazases a un candidato por su actividad en redes sociales? ⁽¹⁾



4.9

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



(1) La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.