

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**



**Orientación psicopedagógica en la mejora de  
la Empleabilidad a través de LinkedIn.**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER DE PSICOPEDAGOGÍA  
CURSO 2013/2014**

**Alumna: Camino RUIZ RODRÍGUEZ**

**Tutora: Mónica CASADO GONZÁLEZ**

**Facultad de Educación y Trabajo Social  
Departamento de Pedagogía, Área MIDE**

# ÍNDICE

DECLARACIÓN PERSONAL DE NO PLAGIO.....	4
ACRÓNIMOS.....	5
INDICE DE TABLAS .....	6
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
1.1 OBJETO DE ESTUDIO.....	10
1.3. ESTRUCTURA.....	13
<b>2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA. ....</b>	<b>14</b>
2.1. ANTECEDENTES.....	14
2.2. JUSTIFICACIÓN EN RELACIÓN AL MÁSTER.....	15
2.2.1. Justificación en relación con las asignaturas del título.....	15
2.2.2. Justificación en relación con las competencias del título.....	17
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>21</b>
<b>4. CUERPO TEÓRICO.....</b>	<b>22</b>
4.1. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS EN RELACIÓN CON EL TRABAJO.....	22
4.1.1. Definición del término empleabilidad en el tiempo. ....	22
4.1.2. Empleabilidad: definición en España .....	25
4.2. FACTORES QUE CONDICIONAN LA EMPLEABILIDAD.....	27
4.3. HERRAMIENTAS PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD.....	32
4.4. RECURSOS PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD. ....	33
4.4.1. Las Redes Sociales. ....	34
4.4.2. Importancia del Networking y la relación con las redes sociales.....	37
4.4.3. Los Portales de empleo. ....	40
<b>5. MARCO LEGISLATIVO.....</b>	<b>44</b>
<b>6. METODOLOGIA. ....</b>	<b>51</b>
6.1. INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS: LA ENCUESTA. ....	52
6.1.1. Diseño de la encuesta. ....	53
6.1.2. Recogida de datos.....	56
6.1.3. Análisis de los datos.....	57
6.2. PASOS EN LA METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE VARIABLES INFLUYENTES EN LA EMPLEABILIDAD A TRAVÉS DE LA WEB SHAKINGJOBS. 57	
7.1. RESULTADOS GENERALES DE LA ENCUESTA. ....	59

Tabla 1. Análisis del número de personas por sexo. ....	59
7. 2. RESULTADOS A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN DE SHAKINGJOBS. ....	80
8. CONCLUSIONES .....	81
8.1. CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA.....	81
8.2. CONCLUSIONES A PARTIR DEL ESTUDIO REALIZADO A TRAVÉS DE SHAKINGJOBS. ....	90
9. PROPUESTAS PARA LÍNEAS FUTURAS.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	92
ANEXOS.....	96

## **ACRÓNIMOS**

ANECA: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

CIS: Centro de Investigación Sociológica

CV: Curriculum

RAE: Real Academia Española

RRHH: Recursos Humanos

RRSS: Redes Sociales

TFM: Trabajo Fin de Master

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis del número de personas por sexo. ....	59
Tabla 2. Análisis del número de personas por edad. ....	59
Tabla 3. La presencia de la foto como aspecto que determina la empleabilidad de la persona.....	60
Tabla 4. Influencia del tipo de foto: formal o no formal. ....	61
Tabla 5. Rechazo del candidato por la ausencia de foto en el perfil. ....	61
Tabla 6. La foto como aspecto que completa el perfil.....	62
Tabla 7. Importancia del campo del teléfono. ....	63
Tabla 8. La importancia de la URL. ....	63
Tabla 9. Aspectos de importancia en el extracto. ....	64
Tabla 10. El espacio de mayor importancia. ....	64
Tabla 11. Grado de importancia de la validación de competencias. ....	65
Tabla 12. Importancia de señalar Proyectos desarrollados.....	66
Tabla 13. Importancia de las recomendaciones externas. ....	66
Tabla 14. Importancia de una competencia validada por un compañero del ámbito académico. ....	67
Tabla 15. Importancia de que la competencia haya sido validada por un compañero de trabajo. ....	67
Tabla 16. Importancia de tener muchos contactos. ....	68
Tabla 17. Existencia de usuarios para cualquier puesto. ....	69
Tabla 18. Aspectos que se valoran de los candidatos.....	69
Tabla 19. Importancia de formar parte de un grupo. ....	70
Tabla 20. Importancia de participar en grupos. ....	70
Tabla 21. Participación: positiva o negativa.....	71
Tabla 22. Valoración de los grupos. ....	71
Tabla 23. Relevancia de los grupos. ....	72
Tabla 24. LinkedIn como base de datos. ....	73
Tabla 25. Activo que trabaja por nosotros.....	73
Tabla 26. Importancia de mentir en momentos de desempleo .....	74
Tabla 27. Relevancia de la actualización del perfil. ....	74

Tabla 28. Importancia de la experiencia para un directivo.....	75
Tabla 29. Importancia de los espacios en un perfil Junior. ....	75
Tabla 30. Apartado que influye para decantarse en un perfil Junior.....	76
Tabla 31. Importancia de los estudios. ....	77
Tabla 32. Experiencia no relacionada con el puesto. ....	77
Tabla 33. Perfiles a los que va dirigido LinkedIn.....	78
Tabla 34. Importancia de los espacios de experiencia e idiomas en un perfil Junior.....	78
Tabla 35. Importancia de señalar las funciones en la experiencia.....	79

## RESUMEN

Ante la crisis actual que sufre nuestro país, la oferta de empleo se ha visto disminuida y la demanda cada vez es mayor.

Por esta razón, es importante conocer las demandas del mercado laboral, para que el usuario teniendo conocimiento de este mercado pueda adaptarse a él.

De aquí nace la necesidad de proporcionar orientación a las personas desempleadas que se encuentran en un mercado cada vez más cambiante y competitivo, con diversidad de recursos y herramientas.

En relación con esto, las redes sociales son herramientas que proporcionan contactos, lo cual favorece a los usuarios, puesto que puede ayudarles a cumplir su objetivo laboral, así como a ampliar negocios, o crearlos.

En conclusión, la finalidad de este estudio es proporcionar unas líneas de orientación psicopedagógica para la mejora de la empleabilidad, a través de LinkedIn.

**Palabras clave:** empleabilidad, orientación, LinkedIn, redes sociales y recursos humanos.

## **ABSTRACT**

In the wake of the current crisis that suffers Spain, employment offer has decreased and demand is increasing more and more.

Due to this reason, is increasingly important knowing the demands of the labour market, in order to adjust the users to this market as they get acknowledgement about the labour market.

Hence the need to provide guidance with proper tools and resources for unemployed people who are settled in a labour market which is increasingly changing and competitive, with multiple tools and resources.

Social networks can provide contacts, which encourage the users of these networks to accomplish their labour objectives as they can expand or create some business activities.

In conclusion, the purpose of this study is providing some psychopedagogical guidance for the users of social networks, in order to improve employability, through the social network LinkedIn.

**Key words:** employability, guidance, LinkedIn, social networks and human resources.

# 1. INTRODUCCIÓN

El Trabajo Fin de Máster (TFM) se configura como una asignatura obligatoria del plan de estudios del Máster en Psicopedagogía impartido por la Universidad de Valladolid.

El tema elegido para este TFM de Psicopedagogía se ubica dentro de las líneas de investigación propuestas por las áreas para la realización del trabajo fin de máster. En concreto, dentro del área de conocimiento: “Métodos de investigación y Diagnóstico en Educación” de la que se ha seleccionado la siguiente línea de trabajo “Orientación y Asesoramiento para la Empleabilidad”, a partir de ésta se desarrolla este TFM.

La tutorización del mismo ha sido llevada a cabo por la Dra. Mónica Casado González, profesora del Departamento de pedagogía área de Métodos y Diagnóstico Educativo de esta facultad.

En el presente Trabajo Fin de Máster (TFM) pretendo realizar una investigación referente al término empleabilidad, los aspectos que intervienen en ésta, así como investigar acerca de las variables que influyen en la empleabilidad en las redes sociales virtuales, como es LinkedIn, para la búsqueda de empleo.

## 1.1 OBJETO DE ESTUDIO.

Este trabajo constituye una investigación cuya finalidad última es, analizar algunos aspectos tratados en la orientación y asesoramiento en la mejora de la empleabilidad personal para así optimizar la búsqueda de empleo.

Para ello realizaré un estudio de las variables que influyen en la empleabilidad teniendo en cuenta la red social virtual de LinkedIn.

Este proceso, tiene como objetivo fundamental determinar las variables que influyen en un empleador a la hora de considerar a una persona empleable para un puesto de trabajo, y cuáles son las variables determinantes a tener en cuenta en esta red social virtual (LinkedIn) para ser más visible y demostrar mayor empleabilidad. Es decir, que parámetros debe tener en cuenta una persona a la hora de buscar empleo a través de las redes sociales y qué debe modificar para mejorar su empleabilidad.

## **1.2. MOTIVACIÓN E INTERESES.**

Diversos son los motivos por los cuales he elegido este estudio acerca de la mejora de la empleabilidad y los aspectos que influyen en ella.

En primer lugar, la situación actual de crisis en España ha provocado la destrucción de empleo dejando a muchas personas sin trabajo y a otras sin el acceso a él por la falta de demanda y escasez de oferta. Ésta es una de las razones que me han hecho considerar que sería interesante poder aportar información acerca de aspectos que pueden verse mejorados en la empleabilidad de cada individuo para proporcionar a éste ventajas en la búsqueda de trabajo.

En segundo lugar, una vez definido el tema del cual iba a realizar mi TFM me percaté de que a pesar de existir diversas leyes y decretos en los que se nombra el término empleabilidad, éste no está registrado en el Diccionario de la Real Academia lo cual me motivó a investigar acerca de definiciones ya dadas a lo largo de la historia y a partir de posibles definiciones que se han manifestado en los últimos tiempos en España para llegar a una definición clara de lo que es la empleabilidad y de esta manera conocer con más profundidad el tema.

En tercer lugar, la causa que más me ha motivado a llevar a cabo este TFM es poseer mayor conocimiento del tema de la empleabilidad, puesto que está relacionada con una de las profesiones que me posibilita realizar la titulación que proporciona este máster, que es la orientación. Además este estudio me proporciona mayores competencias y conocimientos para mejorar en el desempeño de mi futura profesión, es decir, para mejorar como profesional, pero no solo en el terreno de la orientación educativa, en el cual se ciñen diversas asignaturas de este máster, sino también en el terreno de la orientación y asesoramiento laboral.

Junto con esto, otra de las razones que me ha conducido a esta investigación ha sido el interés que ha provocado en mí tanto la orientación laboral, como los recursos humanos, debido a que realicé mis prácticas en el servicio estatal de empleo de la comunidad de Castilla y León, y a través de éste pude conocer diversos itinerarios y mecanismos que

este servicio proporciona, lo cual suscitó en mi mayor deseo de profundizar en el tema, así como aportar conocimientos para la mejora del mismo.

Estas experiencias son principalmente la causa por la cual he llevado a cabo el estudio para conocer, detallar y establecer aspectos que afectan a la empleabilidad, como pautas a tener en cuenta, para orientar acerca de algunas de las variables más valoradas por los empleadores y que por tanto, mejoran la empleabilidad de las personas en búsqueda activa de empleo.

Continuando con lo anterior, creo oportuno justificar la importancia que puede conllevar la buena elaboración de este trabajo. Puesto que, la trascendencia de esta tarea puede residir tanto en la novedad del documento, en ser un referente de análisis de posteriores estudios o comparaciones con otros, así como su fin último que es proporcionar información a orientadores, acerca de variables que mejoren la empleabilidad de personas buscadoras activas de empleo.

En cuarto lugar, una vez que comencé a investigar acerca del tema me di cuenta de que actualmente vivimos en un mundo en el cual la tecnología es una pieza fundamental de éste, por esa razón he considerado importante no desvincular las utilidades y servicios que la tecnología nos aporta para la mejora de la empleabilidad y la búsqueda de empleo.

Atendiendo a esto, las redes sociales en los últimos tiempos han adquirido aún más relevancia no solo para mantener relaciones o conocer más personas, sino también para hacerse más visible a la hora de buscar trabajo y puesto que era necesario conocer las novedades actuales acerca de cómo trabajar la empleabilidad, decidí acudir a diversas conferencias acerca de este tema, como han sido “Cómo venderte+ Networking”, a cargo de la empresa Homo Director, “Taller de empleabilidad” realizado por Universitario con trabajo, o “Cómo buscar trabajo en las redes sociales”. Ésta última llevada a cabo por ShakingJobs by JaraTech.

A continuación decidí ponerme en contacto con estos últimos, dado que son expertos en el conocimiento de portales de empleo y RRSS. Debo señalar que este estudio, en lo que respecta a ellos, lo realizo con su autorización y colaboración.

Por todas estas razones, es decir, a partir de esas investigaciones y de la relación con diversas personas entendidas en la materia, de donde surge la idea de llevar a cabo un estudio novedoso para determinar, valorar y evaluar las variables de mejora de la empleabilidad en las redes sociales.

Por último, quiero destacar como motivación intrínseca para este trabajo, el esfuerzo para desenvolverme en contextos cambiantes y novedosos, fuera de mi “zona de confort” combinando el área educativa con el área laboral, la universidad con la empresa, proporcionándome de esta manera la adquisición de competencias que me servirán en mi futuro para funciones psicopedagógicas así como para mi desarrollo profesional y laboral.

### **1.3. ESTRUCTURA.**

Para una mejor comprensión de este estudio, reflejaré a continuación la organización y estructura del mismo.

El documento lo inicio con una introducción en la que se pone de manifiesto el objeto de estudio de este estudio, es decir obtener una clara definición de lo que es la empleabilidad, así como estudiar las variables que influyen en ésta en las redes sociales, centrándome en el estudio de las variables que influyen en la empleabilidad en la red social virtual de LinkedIn.

A continuación se desarrollan cuatro capítulos, en el primero se justifica, a partir de los antecedentes, asignaturas y competencias del máster la elección del tema. En el siguiente, recojo y establezco los aspectos teóricos de los distintos términos que voy a trabajar a lo largo del estudio para dar paso al tercero de los capítulos en el que justifico, a partir del marco legislativo actual la importancia de la empleabilidad para la obtención de un empleo. Y por último, en el cuarto, realizo un estudio acerca de las variables que influyen a la hora de ser empleable en las redes sociales.

Por último finalizo dicho documento con los resultados del estudio, así como futuras líneas de investigación a partir de éste.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

### 2.1. ANTECEDENTES

Existen diversos autores que hablan sobre empleabilidad, sin embargo no se ha dado todavía una definición concreta sobre el término, que como he señalado anteriormente, sigue sin estar recogido en el Diccionario de la Real Academia.

No obstante si es cierto que a pesar de no tener acuñado el término en el diccionario, la palabra se emplea en diferentes documentos formales y legales, así como en estudios.

En primer lugar podemos encontrar el término empleabilidad diversos documentos que regulan los derechos de los trabajadores, así como las medidas de fomento para el empleo estatales.

En segundo lugar, también he podido encontrar diversos estudios acerca de la empleabilidad como es el *“Libro Verde. Empleabilidad de los titulados de la Comunitat Valenciana”* el cual reflexiona acerca de la importancia de la educación para el empleo y la adaptación de los conocimientos que se exigen a los titulados con los requisitos necesarios para encontrar y retener con éxito un empleo. Otro estudio que he podido encontrar ha sido *“Constuyendo puentes entre responsabilidad social empresarial y la salud psicosocial en las organizaciones: una guía 2.0 para el incremento de la empleabilidad”*, el cual trata algunas estrategias que la empresa puede llevar a cabo para incrementar la empleabilidad de los trabajadores y como consecuencia su salud psicosocial.

Por otro lado, consultando bases de datos como Teseo, o distintos repositorios de diversas universidades, he podido encontrar otros estudios como son *“Los stakeholders en el modelo de gobierno corporativo. Un análisis del impacto en las estrategias de empleabilidad de la universidad española”*, en él, se trata la relación entre empresa y universidad. La *“Orientación profesional por competencias transversales para mejorar*

*la empleabilidad*”, es otro estudio el cual habla sobre cómo influye recibir orientación profesional por competencias transversales al terminar la universidad y comprueba si existen diferencias significativas según sexo, edad o situación laboral, o la *“Empleabilidad del universitario: orientación del aprendizaje basado en competencias”*. Este último argumenta la importancia de la responsabilidad laboral de la universidad en materia de empleabilidad.

Por otra parte, atendiendo a la motivación del estudio que quiero llevar a cabo, he podido percatarme de la necesidad existente de identificación de variables y aspectos que afectan a la empleabilidad a través de diversas lecturas como *“Influencia de las competencias de la empleabilidad”*, el estudio de *“Demandas del Mercado Laboral a los Titulados Universitarios”* de la Universidad de Granada, o *“Los procesos de inserción laboral de los titulados universitarios en España”* realizado por la ANECA.

Estos son algunos de los antecedentes más relevantes que he encontrado acerca del término empleabilidad así como del estudio que desarrollaré a continuación.

## **2.2. JUSTIFICACIÓN EN RELACIÓN AL MÁSTER.**

En este apartado, he elaborado una relación de la influencia que han tenido tanto las asignaturas cursadas a lo largo del máster, como las competencias generales y específicas, de éste, en la realización del Trabajo de Fin de Máster.

### **2.2.1. Justificación en relación con las asignaturas del título.**

A continuación señalaré las materias cursadas a lo largo del máster y las competencias que he adquirido en cada una de ellas para elaborar este TFM.

<b>Módulo común</b>	<b>Itinerario de intervención en el entorno social y laboral</b>	<b>Optativas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación y Diagnóstico Psicopedagógico</li> <li>• Orientación y Asesoramiento Psicopedagógico</li> <li>• Intervención Psicopedagógica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Itinerarios de Inserción Sociolaboral.</li> <li>• Intervención en la Formación Permanente y Desarrollo Profesional</li> <li>• Redes de información de Apoyo Sociolaboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Inserción Social y Laboral de Personas con Necesidades Específicas</li> <li>• Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociolaborales.</li> </ul>

En primer lugar, se encuentra el módulo común a ambos itinerarios. Estas asignaturas fueron impartidas en el comienzo del curso y su duración fue menor que la del resto. Sus competencias específicas se centran en el ámbito educativo formal y en introducir algunos métodos de medida de aspectos psicológicos, de recogida de información y datos y de elaboración de diagnósticos. Por lo que sí han sido relevantes para el desarrollo del TFM, ya que, como se podrá observar a continuación, he utilizado métodos de medida, he recogido información y he evaluado datos para el diseño de la propuesta de análisis del estudio este TFM.

En segundo lugar, están las asignaturas que conforman el itinerario de Intervención en el Entorno Social y Laboral. Éstas han sido las más relevantes a la hora de proporcionarme las competencias necesarias para el desarrollo del TFM.

A través de la creación propia de un itinerario pude formarme en materia de redes de información y búsqueda de empleo, así como en descripción de puestos de trabajo, formación permanente, certificados de profesionalidad, niveles de empleabilidad, conocimiento del mercado de trabajo, análisis de la situación de la que se parte, creación de un plan de trabajo...

Además, desde esta visión centrada en el itinerario de Intervención en el Entorno Social y Laboral que he estoy realizando, he ido adquiriendo paulatinamente muchas nociones e información acerca del término de empleabilidad, niveles de empleabilidad, los aspectos que afectan a la empleabilidad, la búsqueda de empleo, los distintos métodos de búsqueda de empleo, la importancia de las redes sociales en general y de las redes sociales virtuales.

Destaco esta formación puesto que, es la parte en la que me he centrado y especializado para llevar a cabo el máster. Todo ello relacionado con la necesidad de formarme permanentemente y desarrollarme profesionalmente, en este caso, para mejorar la empleabilidad las de las personas.

En tercer y último lugar, se localizan las asignaturas optativas. A partir de ellas, especialmente en la de Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociolaborales, he adquirido conocimientos acerca de cómo diseñar mi TFM, así como evaluar los distintos datos y resultados.

### 2.2.2. Justificación en relación con las competencias del título.

A continuación señalaré las competencias del máster que más incidencia han tenido para la elaboración y desarrollo de este TFM.

#### Competencias generales:

G1. Resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos y en contextos más amplios o multidisciplinares.

G2. Tomar decisiones a partir del análisis reflexivo de los problemas, aplicando los conocimientos y avances de la psicopedagogía con actitud crítica y hacer frente a la complejidad a partir de una información incompleta.

G3. Comunicar las decisiones profesionales y las conclusiones así como los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados, de manera clara y sin ambigüedades.

G4. Tomar conciencia de las creencias y estereotipos sobre la propia cultura y las otras culturas o grupos y de las implicaciones sobre su actuación profesional y potenciar el respeto de las diferencias individuales y sociales.

G5. Responder y actuar de manera adecuada y profesional, teniendo en cuenta el código ético y deontológico de la profesión, en todos y cada uno de los procesos de intervención.

G6. Actualizarse de manera permanente en las TIC para utilizarlas como instrumentos para el diseño y desarrollo de la práctica profesional.

G7. Implicarse en la propia formación permanente, reconocer los aspectos críticos que ha de mejorar en el ejercicio de la profesión, adquiriendo independencia y autonomía como discente y responsabilizándose del desarrollo de sus habilidades para mantener e incrementar la competencia profesional

---

Atendiendo a la naturaleza del TFM no todas las competencias generales tienen igual relevancia para el desarrollo de éste.

En cuanto a las competencias que he desarrollado cabe destacar:

La necesidad de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos, puesto que he tenido que desenvolverme en terrenos poco dominados, como es el mundo empresarial, así como la visión que tiene un empleador acerca de la empleabilidad y la mejora de ésta.

Por otra parte, a través de la información recogida acerca de la empleabilidad, así como la recogida de datos obtenidos a través del estudio e investigación de los aspectos o variables que influyen a la hora mejorar la empleabilidad en las redes sociales, he tomado decisiones para la recogida de datos, así como analizado éstos, aplicando los conocimientos y avances psicopedagógicos además de hacer frente a información en algunos casos incompleta.

De la misma manera, a partir del estudio e investigación realizada acerca de la empleabilidad, he sabido comunicar a través de este TFM, las conclusiones obtenidas de manera clara.

Por supuesto, he actuado de manera profesional al llevar a cabo el TFM teniendo en cuenta el código ético y deontológico, destacando de éste la finalidad de desarrollar en las personas la autodeterminación, la autonomía, haciéndola responsable de su propia empleabilidad.

Además he utilizado redes sociales de las cuales tenía poco conocimiento, como instrumento para el desarrollo del diseño del TFM.

Por último, señalar la necesidad que he tenido de formarme e informarme de manera permanente a lo largo de todo el TFM acerca de la empleabilidad, así como de las herramientas y aspectos que afectan en ella. Este hecho me ha proporcionado mayor independencia y autonomía para desarrollar habilidades en la gestión de mi propio conocimiento.

Competencias específicas:

E 1. Diagnosticar y evaluar las necesidades socioeducativas de las personas, grupos y organizaciones a partir de diferentes metodologías, instrumentos y técnicas, tomando en consideración las singularidades del contexto.

E 2. Asesorar y orientar a los profesionales de la educación y agentes socioeducativos en la organización, el diseño e implementación de procesos y experiencias de enseñanza aprendizaje, facilitando la atención a la diversidad y la igualdad de oportunidades.

E 3. Aplicar los principios y fundamentos de la orientación al diseño de actuaciones favorecedoras del desarrollo personal y/o profesional de las personas.

E 4. Diseñar, implementar y evaluar prácticas educativas, programas y servicios que den respuesta a las necesidades de las personas, organizaciones y colectivos específicos.

E 5. Planificar, organizar e implementar servicios psicopedagógicos.

E 6. Aplicar los fundamentos y principios básicos de la gestión a la planificación de acciones de coordinación y liderazgo de equipos psicopedagógicos favoreciendo el trabajo en red entre los diferentes agentes e instituciones socioeducativas.

E 7. Analizar, interpretar y proponer actuaciones, teniendo en cuenta las políticas educativas derivadas de un contexto social dinámico y en continua evolución.

E 8. Formular nuevas propuestas de mejora de la intervención psicopedagógica, fundamentadas en los resultados de la investigación psicopedagógica.

De la misma manera no todas las competencias específicas han tenido la misma relevancia para el desarrollo del TFM.

En cuanto a las competencias que he desarrollado cabe destacar las siguientes:

A partir del diagnóstico y evaluación de una necesidad para la mejora de la empleabilidad, he utilizado diferentes metodologías para evaluar este aspecto, en un contexto determinado como son las redes sociales virtuales.

Por otra parte, el estudio que he llevado a cabo puede servir para orientar y asesorar a profesionales socioeducativos para mejorar la empleabilidad de sus alumnos en las redes sociales para la búsqueda de empleo, así como adaptar los conocimientos impartidos en la educación formal, a los requeridos en el mundo laboral.

De la misma manera, debo señalar que este estudio tiene la finalidad de orientar para la mejora de la empleabilidad y de esta manera favorecer el desarrollo personal y profesional de las personas.

Conjuntamente, a través del diseño de una encuesta, así como de un plan para conocer algunas de las variables que más influyen en la mejora de la empleabilidad en las redes sociales, he evaluado un servicio, proporcionando una respuesta a las necesidades que pueden tener personas que se encuentran en búsqueda activa de empleo a través de las redes sociales virtuales.

Asimismo, he desarrollado acciones de planificación y coordinación de equipos, realizando un trabajo en red entre diferentes agentes laborales y educativos.

Al mismo tiempo, a través de este estudio, propongo actuaciones a tener en cuenta para la mejora de la empleabilidad en las redes sociales, del que cabe señalar que es un contexto en continua evolución.

Por último y al hilo de lo anterior, cabe señalar la última de las competencias puesto que he desarrollado propuestas de mejora para la empleabilidad a través de la red social de LinkedIn, fundamentado en los resultados del estudio e investigación que he llevado a cabo.

Por último, en relación al estudio y a las competencias y conocimientos que he adquirido a lo largo del máster, cabe justificar la importancia de valorar las funciones propias de la Psicopedagogía, dado que he desarrollado conocimientos necesarios para llevar a cabo la investigación. Estos conocimientos antecedentes al estudio que me han servido como ayuda para la realización del mismo han sido: definir qué es la psicopedagogía, el asesoramiento, la orientación, la intervención, la evaluación, el análisis de datos, toma de decisiones a partir de ese análisis, atención individualizada y personalizada, el diseño, la gestión y evaluación de proyectos, reuniones de equipos directivos, comisiones evaluativas, burocracia, habilidades sociales, resolución de problemas en entornos nuevos, actuaciones en contextos determinados, tramitación y manejo de documentación oficial, búsqueda de información...

### **3. OBJETIVOS**

El objetivo principal del TFM es:

Proporcionar algunos de los aspectos a tener en cuenta a la hora de orientar y asesorar en la empleabilidad personal para la búsqueda de empleo.

Pero, para llevar a cabo el objetivo general, he desarrollado una serie de objetivos específicos con los que avanzo en la consecución del mismo, siendo éstos:

- Conocer algunas de las distintas definiciones de empleabilidad dadas a lo largo de los años.
- Definir conceptos que influyen en la empleabilidad.
- Detectar las variables generales que influyen en la empleabilidad.
- Detectar las variables que influyen en la empleabilidad dentro de un perfil específico.
- Proporcionar algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de orientar y asesorar en temas de empleabilidad personal para la búsqueda de empleo.

## **4. CUERPO TEÓRICO.**

### **4.1. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS EN RELACIÓN CON EL TRABAJO.**

Creo necesario profundizar en el conocimiento del tema que este Trabajo Fin de Máster para poder ahondar en la materia y conocer más acerca de la empleabilidad, las redes sociales, LinkedIn, los portales de empleo y la empresa ShakingJobs.

De esta manera, pretendo justificar teóricamente la necesidad de dar un giro o, más bien, una visión clara acerca de qué es la empleabilidad, y los aspectos a tener en cuenta que influyen en ella en la actualidad.

En este marco teórico pueden encontrar varios apartados que intentarán dar respuesta a aspectos que, a mi parecer son de importante relevancia, así como necesarios para tener una representación clara que permita fundamentar esta investigación.

Voy a encuadrar este marco teórico dentro de cinco grandes secciones o apartados que a su vez, en el interior de los mismos, presentarán las diferentes divisiones que he considerado oportunas.

He considerado preciso definir y dar teoría acerca de algunos términos que desarrollaré a lo largo del trabajo.

#### **4.1.1. Definición del término empleabilidad en el tiempo.**

En primer lugar, atendiendo al término empleabilidad, a lo largo del tiempo se han podido recoger definiciones de distintos autores en las que hablan de lo que ellos consideran qué es la empleabilidad.

Una de las definiciones que se da sobre el término empleabilidad, la define como un recurso y estrategia adaptada por la alta administración. Para Carrieri y Sarsur (2002), se trata de una estrategia de la administración para trasladar las responsabilidades propias de la administración, como son la contratación y el despido al trabajador, siendo este el único responsable de su papel dentro de la empresa.

En relación con esto Hirata (1997) ya había considerado la empleabilidad como un recurso para la explicación de cuestiones que tienen relación con la inclusión y exclusión de las personas en el mercado de trabajo.

Por otro lado, se ha considerado la empleabilidad como la habilidad o capacidad que tiene la persona para encontrar un empleo. Finn (2000) dice que la empleabilidad se refiere la habilidad para “ser empleado” y puntualiza tres elementos: obtener un empleo inicial, la habilidad para mantenerlo y la habilidad para movilizarse hacia otros empleos.

Esta es una de las definiciones que quizás se tengan más en cuenta en la actualidad, puesto que trata los tres fines decisivos de la empleabilidad, es decir, el empleo.

Posteriormente y en relación con las habilidades y capacidades a la hora tener empleo, Sáez y Torres (2007: 2) señalan que la empleabilidad es la “capacidad que una persona tiene para tener empleo y satisfacer sus necesidades profesionales, económicas, de permanencia y de desarrollo a lo largo de su vida”.

Es decir, entienden la empleabilidad como la capacidad de ser empleado y desarrollarse laboralmente a lo largo de su vida y no tanto como estrategias de la administración delegando sus responsabilidades en otros como señalaban anteriormente otros autores.

Desde otro punto de vista, y atendiendo a la probabilidad y no tanto a las capacidades de las personas, algunos autores entienden la empleabilidad como “la probabilidad que tienen las personas desocupadas de encontrar un empleo en un período dado”, Neffa, J.C. Panigo, D; Perez, P. (2000: 27)

En relación a esta consideración de la empleabilidad como una probabilidad, Knight y Yorke (2003) añaden que esta probabilidad de obtener empleo y tener éxito se debe al conjunto de logros que forman a la persona y particularidades personales, tales como la fuerza del aprendizaje y la adaptación de la persona en diferentes espacios donde se desempeñan.

En correlación con esta última definición, donde se comienza a hablar sobre competencias y habilidades personales, aunque de manera implícita, Alles (2001) ya había expuesto que, la persona será empleable siempre y cuando su participación sea

útil y tenga valor dentro de la producción de bienes y servicios. De la misma manera, si no puede aportar riqueza a la producción, puesto que carece de valor o utilidad, no encontrará empleo o lo perderá.

Por lo tanto, la empleabilidad de la persona no se la considera como una probabilidad, sino como el valor y la utilidad que esta persona demuestre a la hora de desempeñar su trabajo. Es decir, se hace referencia de manera implícita a las competencias y habilidades que tenga la persona para llevar a cabo su trabajo.

Adicionalmente, haciendo clara mención de manera explícita a la necesidad de habilidades y competencias de la persona para ser empleable respecto al mercado laboral Fugate y Ashforth (2003: 3), expusieron que la empleabilidad es una “colección de características individuales que energizan y dirigen al individuo a través de una identidad de carrera individual”. Es decir, consideran la empleabilidad como la unión de las características individuales de cada persona que hacen que se adapte de mejor manera al trabajo, creando así su propia carrera profesional.

Como se puede ver la empleabilidad se entiende desde distintos puntos dependiendo de quien la defina. Algunos de los puntos que se han mencionado han sido los siguientes: empleabilidad como recurso y estrategia de la administración, empleabilidad como probabilidad para encontrar empleo, empleabilidad como competencias o habilidades del individuo para ser empleado.

Pero no hay que olvidar como apunta Harvey (2001) que la empleabilidad tiene que ver con el aprendizaje puesto que la empleabilidad es un proceso y no un producto.

Por tanto, puedo resumir diciendo que, las competencias y habilidades antes mencionadas, son adquisiciones que aprende la persona a lo largo del tiempo a través de su formación, experiencias personales y laborales, siendo estas tan importantes como la formación. Con esto quiero decir, que la educación académica, junto con las experiencias de la persona, son elementos favorecedores para la mejora de la empleabilidad, lo cual le hace que tenga mayor probabilidad a la hora de encontrar empleo.

Por tanto, puedo sintetizar todas las definiciones e ideas anteriores, exponiendo que la empleabilidad consta de competencias y habilidades que la persona aprende a lo largo

de su vida a través de la formación y experiencias propias, haciendo que estas le proporcionen mayor probabilidad para obtener un empleo, tener éxito y mantenerlo, haciendo al sujeto responsable de ser contratado o despedido.

#### **4.1.2. Empleabilidad: definición en España.**

Una vez hecha una referencia a las definiciones que encontramos a lo largo del tiempo a través de autores reconocidos en este campo, voy a señalar cual es la situación del término empleabilidad en España actualmente.

En primer lugar, debo señalar que la palabra empleabilidad no se encuentra registrada en diccionario de la Real Academia, no obstante es una de las palabras más utilizadas en el ámbito de las políticas de empleo, así como en medios y libros publicados acerca del contenido en cuestión.

El término proviene de la palabra inglesa *employability* y su utilización fue haciéndose más extensa como consecuencia de la Declaración de Bolonia, ya que se consideraba que se había perdido la conexión entre las titulaciones universitarias y el empleo. Por esta razón, el primer objetivo del compromiso de la declaración de Bolonia de 1999 es “la adopción de un sistema de titulaciones fácilmente comprensible y comparable... para promocionar la obtención de empleo y la competitividad del sistema de educación superior europeo”. Por tanto, puedo decir, que el término empleabilidad en España surge a partir de las recomendaciones para el empleo de la Unión Europea y más tarde en la Estrategia Europea de Empleo.

Pero a pesar de que hayan pasado años desde esa declaración y a pesar de que se utilice en documentos como reales decretos, no figura en el diccionario de la Real Academia, ya que todavía no se ha adaptado este término al diccionario de la RAE.

Una vez señalada la situación actual del término empleabilidad en España, he considerado conveniente indagar en la búsqueda de una definición usual de ésta.

Atendiendo a la definición de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) encontramos que la empleabilidad es “la capacidad de conseguir y conservar un empleo: sintonizar con el mercado de trabajo, de poder cambiar de empleo sin dificultades o de

encontrar un puesto de trabajo”. Por otra parte, haciendo referencia a la definición que proporciona el Libro Verde de la Empleabilidad de los titulados universitarios de la Comunitat Valenciana, expone que la empleabilidad ha sido definida como un conjunto de características de las personas- destrezas, actitudes, valores y atributos personales- que incrementan las posibilidades de los titulados para obtener buenos empleos y tener éxito en su trayectoria profesional y personal.

A mi entender, la empleabilidad de las personas es el resultado de varios elementos. En mi opinión, se basa en las competencias de la persona. Es decir en el conjunto de comportamientos observables relacionados con el desempeño bueno en un trabajo y organización dados y en una situación personal y social determinada.

Para que la persona muestre estos comportamientos, es necesaria la conjunción de los siguientes elementos:

- El saber: es decir, el conocimiento. Ya sea de carácter técnico, conducente a la realización de tareas, o de carácter social, orientado a las relaciones interpersonales.
- El saber hacer: es decir, las habilidades. Éstas permiten poner en práctica los conocimientos que se poseen. Se pueden dividir en tres:
  - Habilidades técnicas: permiten la realización de una tarea.
  - Habilidades sociales: permiten relacionarnos con los demás en situaciones heterogéneas como hablar en público, trabajar en equipo, negociar...
  - Habilidades cognitivas: permiten procesar la información que nos llega y que debemos utilizar para analizar situaciones, tomar decisiones...
- El saber estar: es decir, el conjunto de actitudes conformes a las características del entorno organizacional o social. En otras palabras, me refiero a los valores, creencias, normas, cultura...
- El qué hacer: es decir, aspectos motivacionales responsables de que la persona quiera o no los comportamientos propios de la competencia. Éstos pueden ser internos o externos.

- El poder hacer: es decir, las potencialidades de la persona y el grado de favorabilidad del medio que se relacionan con la capacidad individual, como pueden ser el mercado laboral, el ambiente en la zona de trabajo, el país en el que se vive, la ciudad, las relaciones que se tienen o *networking*...

Por tanto puedo concluir diciendo que la empleabilidad es un conjunto de competencias (tales como el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la resolución de problemas, la comunicación, el procesamiento de la información, la influencia que se ejerce en los demás, la actitud de búsqueda de empleo...) que proporcionan la capacidad de conseguir y conservar un empleo.

## **4.2. FACTORES QUE CONDICIONAN LA EMPLEABILIDAD.**

Son diversos los factores que desde el momento del nacimiento condicionan la vida del ser que nace. Estas características pueden ser intrínsecas o extrínsecas de la persona y afectan a todos los terrenos de la vida. En este caso, me he centrado en señalar aquellos que condicionan el nivel de empleabilidad.

Dentro de las características intrínsecas cabe destacar las actitudes y las competencias que posee esa persona, entre ellas encontramos las siguientes.

- Actitud

Según la Real Academia de la Lengua Española se puede definir actitud como “La disposición de ánimo manifestada de algún modo”, es decir, la reacción afectiva o negativa que tiene un sujeto ante un hecho determinado.

Por tanto se puede decir que las actitudes hacen referencia a un estado de disposición formado por la experiencia que ejerce una influencia sobre la respuesta del individuo ante las situaciones a las que se enfrenta.

Las actitudes pueden ser innatas, aquellas que tienen relación con las necesidades básicas o aprendidas. Éstas últimas, son las que deben desarrollarse desde un aspecto positivo para la búsqueda de empleo.

Por otra parte, en las actitudes influyen tres aspectos fundamentales, lo cognitivo, puesto que ante una situación el individuo piensa en algo sobre ello, lo emocional, puesto que el individuo siente algo en esa situación, y lo conductual, ya que el individuo se comporta de una manera determinada ante esa situación.

Una vez descrito qué son las actitudes, he decidido interesante señalar algunas de las actitudes que a través del “Taller de empleabilidad”, impartido por Juanjo Marcos, elegimos como las más influyentes a la hora de mejorar la empleabilidad:

- Actitud positiva ante la búsqueda de trabajo.
- Satisfacción ante el trabajo.
- Involucración en el trabajo.
- Compromiso con la organización.
- Interés por trabajar y buscar empleo
- Importancia que se le concede al trabajo
- Autoestima personal y profesional
- Madurez ocupacional
- Lugar de control y atribución de los éxitos y fracasos

- Competencias

Otra de las características intrínsecas en el individuo son las competencias. La competencia es la capacidad de un buen desempeño en contextos complejos y auténticos. Se basa en la integración y activación de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores.

Es decir, ser competente en el campo profesional consiste en saber resolver problemas y situaciones del trabajo de forma autónoma.

Aunque se trata de características intrínsecas, es decir, con potencial innato, hay que rotular que también se pueden entrenar y desarrollar a través del aprendizaje.

Existen diversas competencias atendiendo al ámbito al que se dirigen. En este caso, he querido señalar algunas de las competencias que más se demandan en el mercado laboral. Por lo tanto, las personas que posean estas competencias verán incrementada su empleabilidad.

A continuación, me gustaría reflejar algunas de las competencias que he considerado que se tienen más en cuenta en el mercado laboral del estudio de Competencias Profesionales del siglo XXI del Observatorio Navarro, dichas son las siguientes:

1. Capacidad de análisis, síntesis y crítica.
2. Competencia organizativa y planificación
3. Responsabilidad y perseverancia
4. Orientación a clientes
5. Capacidad de aprendizaje y adaptación
6. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica
7. Capacidad para tomar decisiones
8. Preocupación por la calidad
9. Capacidad para trabajar en equipo y cooperación
10. Habilidades de comunicación
11. Capacidad para hablar en idiomas extranjeros.
12. Capacidad de autoconocimiento
13. Flexibilidad y orientación al cambio
14. Motivación por el logro
15. Compromiso con la organización
16. Capacidad para trabajar bajo presión
17. Resolución de conflictos y técnicas de negociación

18. Búsqueda de la excelencia
19. Innovación
20. Emprendimiento
21. Liderazgo
22. Competencia para mantener una actitud positiva
23. Capacidad para tomar la iniciativa
24. Capacidad para tener empatía
25. Proactividad
26. Asertividad
27. Conciencia de uno mismo
28. Competencia digital.

Por otra parte, en cuanto a las características extrínsecas que condicionan la empleabilidad de la persona he querido señalar las aptitudes o conocimientos y los factores sociales.

- Aptitudes o conocimientos

Según la RAE, Real Academia española, la aptitud es “la capacidad para operar competentemente en una determinada actividad”. Así como también lo define como “la suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo o cargo”, es decir, la sabiduría o el conocimiento, que a través de este permite que la persona realice de manera idónea una tarea.

En otras palabras las aptitudes son las capacidades o habilidades de una persona para realizar una tarea determinada.

Esto influye en la empleabilidad, ya que a más conocimientos en una determinada materia de interés, le proporciona mayor formación y de esta manera tener más recursos y ser más empleable.

- Factores sociales

A partir del estudio llamado “Factores asociados a la empleabilidad de los psicólogos en san luis potosí” de Tovar, M. G., García, I. & Méndez, A. y del libro “Capital social y competencias profesionales” de Mariana Betzabeth, Pelayo Pérez y Eduardo Menza pude observar algunos de los factores sociales que influyen en la empleabilidad, en grupos determinados, que pueden extrapolarse al resto de la población. Estos factores son:

- Factores que influyen en el contexto personal: situación económica, cargas familiares, relaciones familiares, localización, centro de estudios, centro de prácticas, mercado laboral, ofertas y demandas laborales, nivel de formación de su contexto próximo, posibilidad de movilidad, capital social con el que cuenta...
- Características personales influyentes: edad, género, cultura, etnia, valores, motivación, autoestima, nivel de formación propia, competencias profesionales, disponibilidad, expectativas profesionales, responsabilidad, perseverancia...

Atendiendo a uno de los factores señalados, como es el capital social con el que cuenta, me gustaría remarcar la importancia de éste en la sociedad actual, puesto que te permite poseer ayuda o ventaja a la hora de buscar un empleo.

Continuando con este factor y relacionándolo con LinkedIn, uno de los recursos utilizados para el desarrollo de este estudio, el capital social cobra aún más importancia puesto que es ese capital social lo que te puede permitir a los usuarios ser más visibles en las redes sociales virtuales para los reclutadores.

De esta necesidad de relaciones sociales para contar con mayor capital social, ha surgido la palabra Networking, que atiende a la red de contactos que una persona tiene. Su significado se podría traducir como trabajar la red de contactos.

Siguiendo con esta idea hay que señalar la necesidad de ampliar esa red de contactos para un mejor apoyo dentro de la búsqueda de empleo, así como para buscar ideas de negocio.

Es decir pretende aumentar las relaciones sociales rentables profesionalmente, de esta manera te das a conocer, como si te estuvieses vendiendo, para que cuenten contigo en posibles futuras líneas de negocio, así como para que te recomienden a posibles ofertas de empleo que tus contactos conocen.

### **4.3. HERRAMIENTAS PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD.**

A continuación realizaré una breve reseña de algunas de las herramientas actuales a utilizar por el individuo para conseguir mejorar su empleabilidad.

- Currículum Vitae

Es un documento que sintetiza las experiencias laborales relevantes, los de datos académicos y de formación que le sirve para para presentar las capacidades y cualificaciones que posee de una manera clara y eficaz para la búsqueda de empleo.

- Europass

Al igual que el Currículum Vitae es un documento que ayuda a los ciudadanos a comunicar de manera clara y sencilla sus aptitudes, titulaciones y certificaciones adquiridas a lo largo de la vida, tanto entre países como entre sectores. Su objetivo principal es facilitar la movilidad de los estudiantes y los trabajadores a través de los Estados Miembros de la UE.

- Carta de presentación.

Es un documento que se adjunta al Currículum Vitae, en el que se señala la disposición de esa persona para trabajar en la empresa. En ella se exponen las principales virtudes del candidato para atraer la atención del seleccionador y de esta manera poder acceder a un proceso de selección para cubrir un puesto.

La carta de presentación puede ser de dos formas. Espontanea o autocandidatura, que es cuando no se responde a ninguna oferta en concreto pero la persona se ofrece para trabajar allí. O en respuesta a una oferta.

- Carta de agradecimiento.

Es una carta se envía a la empresa después de haber acudido a una entrevista. Es una manera de agradecer la concesión de la entrevista así como continuar en contacto con la empresa por si en un futuro necesitaran cubrir una vacante en ese perfil.

- Videocurrículum

Es un modelo de currículum vitae que está teniendo gran auge en los últimos años, especialmente en los países anglosajones. A grandes rasgos, consiste en una grabación de video en la que el aspirante explica sus cualidades para un puesto de trabajo determinado

- Marca personal o personal branding.

Consistente en considerar a determinadas personas como una marca, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, para diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales. Es decir, la persona ha de considerarse una marca y debe saber venderse.

Todas estas herramientas ayudan al individuo en la búsqueda de empleo, puesto que son en parte su escaparate para que los seleccionadores conozcan sus cualidades, competencias, aptitudes...

Además de estas herramientas hay que tener en cuenta que en el momento actual que vivimos, donde la tecnología ocupa una parte importante en nuestra vida, es necesario también hacerse visible mediante otro tipo de recursos que las tecnologías de la información y la comunicación ofrecen.

#### **4.4. RECURSOS PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD.**

Atendiendo a lo señalado en el punto anterior, las TIC están ocupando gran parte de nuestros hábitos de vida, tales como leer el periódico, ver programas de televisión a través de distintos dispositivos... Esto nos afecta no solo en nuestra vida cotidiana sino también en la manera de relacionarnos y de buscar trabajo.

A continuación señalaré algunos recursos importantes para la mejora de la empleabilidad de un individuo y de cómo hacer que su “escaparate” para los seleccionadores de RRHH sea más visible.

#### **4.4.1. Las Redes Sociales.**

Uno de los aspectos que determinan las características de una persona, es la red social con la que cuenta y en la que se encuentra.

Una red social es un conjunto bien definido de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales... que están vinculados unos a otros a través de un conjunto de relaciones sociales.

Las redes sociales se asientan considerablemente en la teoría de los seis grados de separación, que se basa en que todas las personas del mundo estamos contactados entre nosotros con un máximo de seis personas como intermediarios en la cadena. Lo cual justifica que estas relacionado a través de seis personas que conoces con cualquier persona del mundo.

Es decir, una red social es una forma de representar una estructura social que está formada por personas que se relacionan por grupos y están interconectados e interactúan entre ellos.

Por otra parte, atendiendo a la importancia que están teniendo en la actualidad las redes sociales, así como la importancia que tienen éstas en el desarrollo de este trabajo, he considerado importante determinar qué son las redes sociales virtuales.

Las redes sociales en internet o virtuales son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Además estas redes son comunidades donde los usuarios pueden interactuar con personas de todo el mundo en cualquier momento.

Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite agrupar recursos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los propios usuarios.

Existen diversas redes sociales en internet para diferentes usos, estas se pueden agrupar en dos categorías:

- Redes sociales virtuales horizontales: no tienen una temática definida y están abiertas a cualquier usuario.

Algunas de las más reconocidas son: Facebook, Tuenti, Google+, Twitter, Tumblr, Hi5, MySpace, Orkut, Sonico, Bebo, Netlog, Badoo...

- Redes sociales virtuales verticales: centradas en una determinada temática, actividad, o contenido compartido. Entre ellas podemos encontrar las siguientes:

- Por actividad:

- Juegos: Friendster, Foursquare, Second Life, Haboo, Wipley, Nosplay o World of Warcraft.
- Marcadores sociales: Delicious, Digg y Diigo.
- Microblogging: Twitter, Muugoo, Plurk, Identi.ca, Tumblr, Woxie o Metaki.
- Geolocalización: Foursquare, Metaki, Ipoki y Panoramio.

- Por contenido compartido:

- Fotos: Flickr, Fotolog, Pinterest y Panoramio.
- Música: Last.fm, Blip.fm o Grooveshark.
- Videos: Youtube, Vimeo, Dailymotion, Pinterest y Flickr.
- Documentos: Scribd.

- Presentaciones: SlideShare y Slideboom.
- Noticias: Menéame, Aupatu, Digg y Friendfeed
- Lectura: Anobii, Librarything, Entreelectores, weRead y Wattpad.
- Por temática:
  - Aficiones: Bloosee, Raverly, Athlinks, Dogster, Moterus...
  - Profesionales: Viadeo, Xing, HR.com, ResearchGate, LinkedIn.

Estas últimas son redes profesionales enfocadas en los negocios y actividades comerciales. Admiten compartir experiencias, y relacionar grupos, empresas y usuarios interesados en la colaboración laboral.

LinkedIn es un claro ejemplo de red social profesional, permite la creación de un perfil profesional e incluir, entre otros detalles, la experiencia laboral, habilidades y especializaciones, formación, estudios, idiomas...

Contar con un perfil en LinkedIn sirve para establecer redes de contactos con otros profesionales, lo cual proporciona ventajas a la hora de buscar un nuevo empleo, ya que te haces visible para otras personas y te permite establecer nuevas relaciones comerciales, de negocios y formar parte de grupos de discusión dentro de esta red.

LinkedIn es una herramienta muy útil tanto en la construcción de una red de contactos como apoyo en la búsqueda de empleo.

¿Por qué he seleccionado la red LinkedIn para la realización de este trabajo?

En primer lugar, ya he comentado algunas de las ventajas que posee por ser una red de contactos y herramienta de búsqueda de empleo, pero relacionándolo con la orientación laboral tengo que señalar los siguientes ítems:

- A través del buscador puedes contactar con personas que han logrado el éxito que tú buscas.

- Posibilita observar la trayectoria profesional y formación que tienen otras personas que ocupan empleos a los que queremos alcanzar, lo que puede proporcionarnos información sobre requisitos que piden las empresas.
- A través de los foros puedes comentar ideas y mantenerte actualizado con las aportaciones del resto de compañeros.
- Permite comparar nuestro CV con el de otras personas que ya han alcanzado nuestra meta, lo cual nos orienta en algunos pasos que quizá debemos realizar.
- Nos permite realizar un estudio de mercado conociendo los tamaños de las empresas que pueden interesarnos, la duración de los contratos en esas empresas, la edad de las personas que trabajan en esas empresas, estudios comunes que tienen los empleados de las diferentes empresas del mismo sector...
- Proporciona una orientación a la hora de acudir a una entrevista de trabajo, de cómo es la persona que te entrevistará, su trayectoria profesional, experiencia e incluso aficiones e intereses.

Estos son algunos aspectos a tener en cuenta sobre las ventajas que nos proporciona LinkedIn a la hora de buscar empleo, así como de mejorar la empleabilidad a partir de la observación de los perfiles de otras personas comparándolos con los nuestros.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que hay empresas y profesionales de Recursos Humanos que utilizan LinkedIn para contactar con potenciales candidatos para cubrir las vacantes laborales que pueden surgir en un momento dado. Por tanto es una red conveniente para personas y empresas.

#### **4.4.2. Importancia del Networking y la relación con las redes sociales.**

La palabra Networking tiene origen sajón. Según el historiador, autor y periodista Douglas Harper, fundador del Online Etymology Dictionary, la palabra networking se comenzó a usar otorgándole el significado de interconexión entre grupos de personas.

En el caso de traducir esta palabra literalmente del inglés al castellano, recibiría el significado de “redeando”, no obstante, esta expresión no se utiliza, sino que se interpreta como trabajo en red o red de contactos.

Por otra parte, para Adam J. Kovitz, presidente y fundador de The National Networker Companies (TNNC), define networking como, “Un intercambio de información entre un individuo y otro o un grupo con el propósito de hacer negocios, adquirir conocimientos sobre alguna especialidad, buscar empleo, hacer comprender compartiendo información y conocimiento, buscar amistad, solucionar problemas o buscar amor”.

Por tanto puedo definir la palabra Networking como la creación de redes de contacto o la conexión entre estas redes, es decir, “hacer Networking” es hacer contactos, crear nuevas relaciones entre personas o entre distintas redes.

La finalidad de esta creación de contactos es el hecho de que estas personas te conozcan. En este caso concreto que pretendo dilucidar, el propósito es que conozcan tus características profesionales, a qué te dedicas, tu formación, tu experiencia, tus contactos anteriores, tus publicaciones...

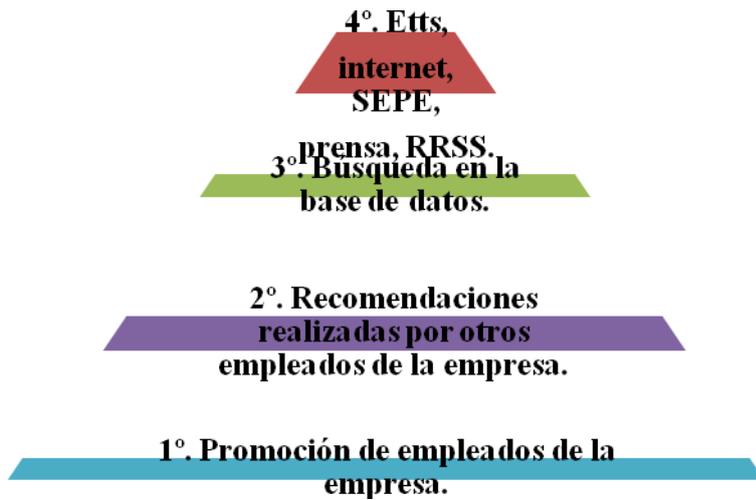
Por lo tanto el objetivo de que estas personas te conozcan, es crear contactos que mejoren tu red de negocios, que favorezcan la búsqueda de trabajo, que te puedan proporcionar una recomendación para poder acceder a una entrevista de trabajo...

Resumiendo, lo que se pretende a través del networking es que mucha gente sepa cómo te llamas, cuáles son tus características, qué puedes ofrecer profesionalmente y qué estás buscando.

Por esta razón es importante el networking, ya que, cuantas más personas conozcas más y te conozcan, más posibilidad de encontrar empleo tienes.

En cuanto a esto último, debo señalar, la importancia de los contactos a la hora de encontrar un puesto de trabajo, ya que, según un estudio de Adecco de Julio de 2013, el 80% de las ofertas de empleo no llega a conocerse en el mercado de trabajo. Esto se debe a que antes de publicar una oferta de trabajo, esta vacante se pretende cubrir a través de otros medios.

En relación con esto, me gustaría señalar una de las imágenes que me resulto de gran importancia para este estudio, y es la imagen que proporcionó Juanjo Marcos, ponente de Universitario con trabajo a través de su “Taller de Empleabilidad” acerca del proceso de comunicación de un puesto de trabajo, que es la siguiente:



**Ilustración 1. Proceso de comunicación de un puesto de trabajo.**

Continuando con la importancia del NetWorking para la mejora de la empleabilidad, hay que señalar que hay dos formas de “hacer Networking”, es decir ampliar los contactos:

- Presencial: a través del círculo de familiares, conocidos, amigos, contactos profesionales, compañeros de estudios, asistiendo a jornadas o eventos, ponencias, prácticas de empresa, voluntariado...
- Virtual: esta forma de relacionarse se lleva a cabo a través de internet mediante las redes sociales virtuales horizontales como las redes de Facebook o Twitter o mediante redes sociales virtuales especializadas como LinkedIn.

Atendiendo a esta segunda forma de buscar o crear contactos, cabe señalar la importancia que tiene actualmente para los reclutadores, las redes sociales a la hora de contar con una determinada persona para cubrir un puesto vacante en la empresa.

En relación con esto en el año 2011 Careerlightment realizó un estudio que concluía diciendo que el 89% de las compañías de Estados Unidos habían buscado a sus candidatos en las redes sociales tales como LinkedIn, Facebook y Twitter.

De esta pirámide, cabe destacar como en un segundo puesto se encuentra la recomendación de empleados sobre otras personas que ellos conocen. De ahí la importancia de conocer gente para poder ser recomendado y encontrar empleo antes.

De la misma manera, según un estudio realizado por Unique en 2010 en España el 49% de las empresas utiliza las redes sociales para seleccionar personal.

Atendiendo a estos últimos estudios se puede resumir destacando la importancia que tienen las redes sociales para la búsqueda de empleo, así como la importancia que tiene ampliar la red de contactos.

Por último, relacionando la empleabilidad, el networking y LinkedIn, ha considerado necesario subrayar la encuesta publicada por Jobvite en Junio de 2010 sobre la contratación en medios sociales. En esta encuesta se podía observar como el 94 % de los reclutadores que usan los medios sociales utilizan LinkedIn como fuente principal.

Además en la encuesta se puede observar el aumento constante en el uso de las redes sociales en el reclutamiento, y sobre todo la posición dominante de LinkedIn.

Algunas de las actividades relacionadas con el reclutamiento y la contratación de trabajadores que destacaban a través de la utilización de LinkedIn eran las siguientes:

Búsqueda de candidatos (96%)

Contacto con Candidatos (94%)

Seguimiento de candidatos potenciales (93%)

Pre-entrevista de candidatos (92%)

Posteo de ofertas (91%)

Estos porcentajes atienden a la diferencia de uso entre LinkedIn, posicionado con clara ventaja, respecto al resto de redes sociales que poseen menos de un 10% de preferencia.

#### **4.4.3. Los Portales de empleo.**

Los portales de empleo son sitios web que recogen la oferta y la demanda laboral. Es objetivo de este espacio, es ofrecer a sus usuarios un servicio de búsqueda de trabajo a través de la web, de manera rápida y simple.

En estos portales de empleo se recogen diferentes ofertas de empleo en las que se solicita cubrir las vacantes de distintas empresas en diferentes áreas y sectores. Para aplicar a estas ofertas, es decir, para acceder a ser participante de esa selección, los usuarios adjuntan o ingresan su currículum vitae a través de la red.

Por otra parte existen dos tipos de portales de empleo:

- Los que nos muestran la información sin necesidad de introducir nuestros datos personales. Ofrecen la información de manera libre, de modo que cualquier persona puede acceder a la oferta de empleo.
  
- Por otro lado, existen los portales que requieren que nos registremos como usuarios/as para gestionar sus ofertas de empleo.

Atendiendo a estos últimos, también hay que señalar que existen diversos tipos de portales de empleo:

#### Generalistas

- Infojobs
- Infoempleo
- Portalparados.es
- Quiero empleo
- Monster
- Laboris
- Opciónempleo
- Todotrabajo
- Jobrapido
- Trabajar.com
- Trovit

- Aquihayempleo.com
- Trabajando.es
- Ticjob
- Colejobs
- Workea
- Indeed
- Trabajo.org
- Empleo.org
- Redtrabaja
- 

#### Especialistas

- Primerempleo
- Jobandtalent
- Studentjobs
- Experteer
- Tecnoempleo
- ShakingJobs

Este último es un buscador de empleo que reúne todas las ofertas activas de empleo tanto a nivel nacional como internacional, personalizando los resultados de cada usuario según su perfil de redes sociales. La principal ventaja competitiva que ofrece este servicio es que proporciona al usuario contactos con quien tiene que relacionarse para conseguir ser referenciado para el puesto de trabajo que quiere conseguir.

Este sistema permite que cualquier empresa registrada (previo proceso de validación para asegurar que no se cometen fraudes) pueda publicar sus ofertas en ShakingJobs y éstas además también pueden verse a través de las redes sociales. Además permite a

estas empresas estar informados gratuitamente acerca de cuantas veces ha sido visualizado el anuncio tanto en el portal Shakingjobs como en las redes sociales.

Además, ShakingJobs te permite patrocinar candidatos del perfil que te interese generando un sentimiento de fidelidad a la marca, pues les financiará un plan de créditos en Shakingjobs al candidato que puntúe como positiva la oferta.

Para tener la posibilidad de aplicar en las ofertas que se encuentran en la página, es necesario entrar a través de alguna de las redes sociales como puede ser: Viadeo, Xing, Facebook, AngelList, Twitter, o LinkedIn.

Al introducir la red social te deriva directamente a la lista de ofertas, asimismo posee un filtro para adaptar la búsqueda a un perfil concreto.

Dicho esto, señalaré la importancia de esta página web, ShakingJobs, para llevar a cabo el estudio de las variables que influyen en la empleabilidad en las redes sociales.

Incido en este sistema puesto que va a ser utilizado para el estudio que posteriormente desarrollaré.

## 5. MARCO LEGISLATIVO.

Una vez señalado qué es la empleabilidad, así como los factores, herramientas y recursos que influyen en ella cabe señalar la importancia del marco legislativo en ésta.

A continuación, se justificará la importancia de la empleabilidad para la búsqueda de empleo, atendiendo a la legislación vigente:

La Constitución Española recoge:

- *Artículo 40.*
  1. “Los poderes públicos promoverán las condiciones favorables para el progreso social... De manera especial realizarán una política orientada al pleno empleo”.
  2. “Asimismo, los poderes públicos fomentarán una política que garantice la formación y readaptación profesionales...”

En el Real Decreto-ley 3/2011, de 18 de febrero, *de medidas urgentes para la mejora de la empleabilidad y la reforma de las políticas activas de empleo*, se expone:

- *Artículo 19 quáter. Contenido del catálogo de servicios.*
  1. Servicios destinados a las personas desempleadas.
    - 1.3 Diseño, elaboración y realización de un itinerario individual y personalizado de empleo que podrá incluir servicios de orientación e información para el empleo y el autoempleo, de mejora de su cualificación profesional y de su empleabilidad, y contactos con las empresas, entidades y organismos públicos para facilitar su inserción laboral.
- *Artículo 19 septies. Itinerario individual y personalizado de empleo.*

2. Para la realización del itinerario... se compromete a participar activamente en las acciones para la mejora de su empleabilidad y de búsqueda activa de empleo, o la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, y, por otra parte, el Servicio Público de Empleo se compromete a la asignación y planificación de las acciones y medidas necesarias.

- *Artículo 24. Principios generales de las políticas activas de empleo*

1. En el diseño y ejecución de las políticas activas de empleo han de estar presentes los siguientes principios generales:

a) El tratamiento individualizado y especializado a las personas en situación de desempleo para mejorar su empleabilidad, así como a las personas ocupadas para contribuir a la calidad y mantenimiento de su empleo.

- *Artículo 25. Identificación y ámbitos de las políticas activas de empleo.*

1. El conjunto de acciones y medidas que integran las políticas activas de empleo cubrirán los siguientes ámbitos:

i) Fomento de la movilidad...cuando se trate de sectores emergentes o con alta empleabilidad.

Dentro del Real Decreto-ley 3/2012, de 6 de Julio, *de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral*, se pueden encontrar en el capítulo I una serie de medidas para favorecer la empleabilidad de los trabajadores:

- *Artículo 1. Intermediación laboral.*

Uno. El apartado 3 del artículo 16 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, queda redactado del siguiente modo:

«3. La actividad consistente en la contratación de trabajadores para cederlos temporalmente a otras empresas se realizará exclusivamente por empresas de trabajo temporal autorizadas de acuerdo con su legislación específica. Las empresas de trabajo temporal podrán, además, actuar como agencias de

colocación cuando cuenten con la correspondiente autorización de acuerdo con lo establecido en la normativa aplicable.»

- Artículo 2. Formación profesional.

Uno. La letra b) del apartado 2 del artículo 4 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, queda redactado del siguiente modo:

«b) A la promoción y formación profesional en el trabajo, incluida la dirigida a su adaptación a las modificaciones operadas en el puesto de trabajo, así como al desarrollo de planes y acciones formativas tendentes a favorecer su mayor empleabilidad».

Dos. El apartado 2 del artículo 11 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, queda redactado del siguiente modo:

«2. El contrato para la formación y el aprendizaje tendrá por objeto la cualificación profesional de los trabajadores en un régimen de alternancia de actividad laboral retribuida en una empresa con actividad formativa recibida en el marco del sistema de formación profesional para el empleo o del sistema educativo.

Tres. El artículo 23 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 23. Promoción y formación profesional en el trabajo.

1. El trabajador tendrá derecho:

a) Al disfrute de los permisos necesarios para concurrir a exámenes, así como a una preferencia a elegir turno de trabajo, si tal es el régimen instaurado en la empresa, cuando curse con regularidad estudios para la obtención de un título académico o profesional.

b) A la adaptación de la jornada ordinaria de trabajo para la asistencia a cursos de formación profesional.

c) A la concesión de los permisos oportunos de formación o perfeccionamiento profesional con reserva del puesto de trabajo.

d) A la formación necesaria para su adaptación a las modificaciones operadas en el puesto de trabajo. La misma correrá a cargo de la empresa, sin perjuicio de la posibilidad de obtener a tal efecto los créditos destinados a la formación. El tiempo destinado a la formación se considerará en todo caso tiempo de trabajo efectivo.

- Artículo 3. Reducciones de cuotas en los contratos para la formación y el aprendizaje.

1. Las empresas que, a partir de la entrada en vigor de esta ley celebren contratos para la formación y el aprendizaje con trabajadores desempleados inscritos en la oficina de empleo, tendrán derecho, durante toda la vigencia del contrato, incluidas las prórrogas, a una reducción de las cuotas empresariales a la Seguridad Social por contingencias comunes, así como las correspondientes a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, desempleo, fondo de garantía salarial y formación profesional, correspondientes a dichos contratos, del 100 por cien si el contrato se realiza por empresas cuya plantilla sea inferior a 250 personas, o del 75 por ciento, en el supuesto de que la empresa contratante tenga una plantilla igual o superior a esa cifra.

Asimismo, en los contratos para la formación y el aprendizaje celebrados o prorrogados según lo dispuesto en el párrafo anterior, se reducirá el 100 por cien de las cuotas de los trabajadores a la Seguridad Social durante toda la vigencia del contrato, incluidas las prórrogas.

2. Las empresas que, a la finalización de su duración inicial o prorrogada, transformen en contratos indefinidos los contratos para la formación y el aprendizaje, cualquiera que sea la fecha de su celebración, tendrán derecho a una

reducción en la cuota empresarial a la Seguridad Social de 1.500 euros/año, durante tres años. En el caso de mujeres, dicha reducción será de 1.800 euros/año.

En el *Real Decreto-ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia*, en el Título IV de Medidas de fomento de la empleabilidad y la ocupación, queda redactado:

- *Artículo 88. Ámbito de aplicación.*

d) Los jóvenes mayores de 16 años y menores de 25, o menores de 30 años en el caso de personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento, que cumplan con los requisitos recogidos en este real decreto-ley para beneficiarse de una acción derivada del Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

- *Artículo 89. Principios generales.*

1. Se promoverá la colaboración, el diálogo y el consenso de todas las partes interesadas para favorecer un trabajo conjunto que se pueda materializar en una integración coherente de las políticas dirigidas a mejorar la empleabilidad y favorecer la inserción en el mundo laboral de los jóvenes a que se refiere el artículo 88.d).

- *Artículo 90. Objetivos.*

1. Los objetivos del Sistema Nacional de Garantía Juvenil son los siguientes:

a) Que todos los jóvenes a que se refiere el artículo 88.d), no ocupados ni integrados en los sistemas de educación o formación, puedan, recibir una oferta de empleo, educación continua, formación de aprendiz o periodo de prácticas tras acabar la educación formal o quedar desempleadas.

b) Desarrollar medidas de apoyo o programas, con especial incidencia en las siguientes líneas:

1.ª Mejora de la intermediación.

2.ª Mejora de la empleabilidad.

3.ª Fomento de la contratación.

4.ª Fomento del emprendimiento.

- Artículo 107. *Bonificación por la contratación de personas beneficiarias del Sistema Nacional de Garantía Juvenil.*

1. Las empresas, incluidos los trabajadores autónomos, que contraten de forma indefinida, incluida la modalidad fija discontinua, a una persona beneficiaria del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, mayor de 16 años y menor de 25, y en el caso de personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento mayores de 16 años y menores de 30, disfrutarán de una bonificación mensual en la aportación empresarial a la cotización a la Seguridad Social por un importe de 300 euros.

La duración de la bonificación será de 6 meses, estando obligada la empresa o el trabajador autónomo a mantener al trabajador al menos seis meses desde el inicio de la relación laboral. En caso de incumplimiento de esta obligación se deberá proceder al reintegro de la bonificación.

- Artículo 106. *Medidas y acciones.*

b) En cumplimiento del objetivo de empleabilidad, se desarrollarán aquellas actuaciones o medidas que contribuyan a la mejora de las aptitudes y competencias profesionales que podrán consistir en actuaciones o medidas como la formación con compromiso de contratación, formación especialmente en idiomas y en tecnologías de la información y la comunicación, prácticas no laborales en empresas, impulso de la formación profesional dual, formación para la obtención de certificados de profesionalidad, evaluación y acreditación de las competencias profesionales, desarrollo de Escuelas Taller y Casas de Oficios y programas mixtos de empleo-formación. Además, se podrán desarrollar programas de segunda oportunidad, dirigidos a aquellos jóvenes que abandonaron de forma prematura los estudios, o cualesquiera otras de carácter similar

Como se ha podido observar a lo largo de toda la legislación redactada, la política debe estar orientada al pleno empleo de todas las personas que estén en búsqueda de éste.

Para ello es necesario, como bien viene reflejado en la legislación, orientar y asesorar a las personas en desempleo a partir de itinerarios individualizados y personalizados mediante un servicio de orientación.

En estos servicios de orientación como el que proporciona el servicio público de empleo, no solo deben tratarse temas como las herramientas del curriculum anteriormente vistas, sino que debe tratarse de una orientación integra acerca de todos los aspectos que puedan mejorar la empleabilidad como son además de las herramientas, los recursos o ayudar a mejorar determinadas competencias.

Además para que esta orientación tenga sentido es necesario que se vea acompañada de otras medidas anteriormente señaladas como son la intermediación a través de empresas de trabajo temporal, formación profesional para la mejora de la cualificación o contratos para completar la formación aprendida en un ámbito real.

No obstante también hay que tener en cuenta que es necesario apoyar a las empresas con reducción de cuotas para que contrate a mayores trabajadores, cumpliendo así el objetivo del desempleado que busca orientación, que no es más que encontrar empleo.

## **6. METODOLOGIA.**

Para la realización de este TFM he dado distintos pasos antes de comenzar con él.

En primer lugar, a todos los alumnos del máster se nos propusieron una serie de temas relacionados con distintos profesores que lo tutorizaban. En mi caso pude elegir el tema que me interesaba y además pude contar con la tutorización en este TFM de Mónica, profesora de la asignatura de Orientación y Asesoramiento Psicopedagógico. Esto benefició la primera toma de contacto para la realización del TFM, ya que conocerla hizo que la relación entre alumno y tutorando fuese más fluida.

En segundo lugar, el desarrollo del tema se ha llevado a cabo como ya he dicho antes con su colaboración y a partir de la libre elección de enfoque que me propuso para llevar a cabo el TFM.

Una vez elegido el tema de la orientación para la mejora de la empleabilidad, comencé a documentarme acerca de éste, así como a asistir a diferentes ponencias relacionadas con el tema, para de esta manera vislumbrar el objetivo en el que quería fijar para mi TFM.

Una vez que me reuní con mi tutora enfocamos las líneas por las que podría dirigirse el TFM.

A continuación, consideré que podría ser interesante reunirme con el director de Shakingjobs para que me diese una visión más cercana a la realidad de los desempleados y empleados así como discutir posibles líneas de investigación que fuesen interesantes para la orientación a la mejora de la empleabilidad de éstos.

Finalmente, en función del marco teórico y las hipótesis formuladas he diseñado una encuesta, con el objetivo de administrarla a una serie de personas del ámbito de los seleccionadores de recursos humanos. Y puesto que actualmente la mayoría de las empresas utiliza las RRSS para reclutar y seleccionar personal, decidí realizar mi investigación a partir de la red social virtual LinkedIn.

A través de este estudio pretendo observar la incidencia de las competencias o características personales que influyen en la empleabilidad de estos individuos y para

llevar a cabo la investigación me he centrado en los métodos de trabajo que utilizan las organizaciones a la hora de seleccionar candidatos para una vacante laboral antes de contratarlos.

Por otra parte, consideré que ya que contaba con el apoyo de ShakingJobs podría utilizar su buscador de empleo para hacerme pasar por distintos perfiles y acompañar junto con la encuesta un estudio que se acerque aún más a la realidad, llevando a la práctica algunas de las variables que aparecen en la encuesta.

Finalmente, determiné que esas serian mis líneas de investigación junto con Mónica que me ha apoyado para el desarrollo de estas.

## **6.1. INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS: LA ENCUESTA.**

Como ya he señalado en el apartado anterior, para llevar a cabo el estudio acerca de los aspectos o variables que influyen en la empleabilidad en las redes sociales virtuales, voy a utilizar una encuesta, teniendo como protagonista a la red social de LinkedIn.

Pero antes de comenzar a desarrollar cómo ha sido la encuesta me gustaría señalar la definición que el CIS da de ésta.

“La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.”

Una vez definido qué es una encuesta me gustaría explicar por qué he elegido esta herramienta como método para conocer la opinión de la muestra. Y es que me ha resultado muy útil para recaudar información de la realidad, además es rápida y su costo es bajo. Además he podido registrar esos datos en un sistema informático que me ha ayudado a procesar y recopilar de manera más rápida y ordenada.

### 6.1.1. Diseño de la encuesta.

Para llevar a cabo esta encuesta he realizado una serie de pasos que me han facilitado la consecución de mis objetivos.

#### a) Objetivo de la encuesta.

En primer lugar, establecí el objetivo de la encuesta, que en este caso es conocer la opinión de la muestra acerca de los aspectos que influyen en ellos a la hora de seleccionar o reclutar a un candidato para un puesto vacante en la empresa y de esta manera conocer algunas variables que pueden intervenir para mejorar la empleabilidad de una persona.

#### b) Muestra.

En segundo lugar, estipulé la población de la cual quería obtener información, es decir, la muestra. La encuesta estaba diseñada para ser contestada por al menos 100 personas, de las cuales solo 50 la rellenaron.

Para seleccionar a la muestra, o población objeto de estudio, he tenido en cuenta los siguientes criterios:

- Disposición para la realización de la encuesta de manera voluntaria.
- Trabajar en territorio español.
- Poseer una edad comprendida entre los 22 y 65 años.
- Estudios universitarios.
- Formación en RRHH.
- Pertenecer al área de RRHH de una empresa.
- Reclutar y seleccionar personal.
- Conocer LinkedIn.
- Usar LinkedIn como herramienta de trabajo.

c) Redacción de la encuesta.

La creación de una encuesta tiene su complejidad, por esta razón decidí dividirlo en las siguientes secciones para verificar su construcción.

Partes de la encuesta.

La disposición de la encuesta comienza con el agradecimiento por la realización del cuestionario, posteriormente continua con las preguntas iniciales o personales, acerca de su sexo y edad y para concluir, se enunciarán las preguntas formuladas para el estudio en cuestión.

Además cuenta con las siguientes secciones:

- Título del estudio.
- Fecha de realización de la encuesta.
- Nombre del entrevistador o responsable del estudio.
- Las preguntas en sí con las aclaraciones pertinentes.
- Un número para asignar a cada encuestado.
- No se han recogido nombres propios.

Preguntas de la encuesta.

A la hora de determinar las preguntas lo más importante a tener en cuenta es tener en cuenta el objetivo o finalidad con el que se realiza la encuesta.

Por esta razón, he tenido en cuenta las variables que componen un perfil de LinkedIn para desarrollar las preguntas y éstas son:

- Foto.
- Titular profesional.

- Validación de competencias.
- LinkedIn como base de datos
- Información del contacto. (teléfono y email)
- Contactos
- Grupos
- Perfiles que se encuentran en LinkedIn.
- Sector al que está dirigido LinkedIn.
- URL
- Extracto, aspectos cuantitativos o cualitativos.
- Experiencia
- Proyectos desarrollados
- Recomendaciones
- Espacios más importantes de LinkedIn
- Descripción del trabajo que realizaste en la última empresa.
- Estudios

Por otra parte, las preguntas de esta encuesta serán de opción múltiple y dicotómicas.

- Modo de aplicación de la encuesta.

La encuesta se ha llevado a cabo a través de una entrevista personal o mediante email, debido a la falta de disponibilidad de algunos de los participantes.

- Validación de la encuesta.

La encuesta ha sido validada por expertos que han determinado su pertinencia, adecuación y viabilidad, ya que han comprobado que las preguntas cumplieran con los requisitos necesarios para que dicho cuestionario sea óptimo.

Ha sido necesario que se valide la encuesta puesto que debía contribuir a los objetivos de la investigación, además de que debía ser un instrumento adaptado a las personas a las que se les ha solicitado la información.

- Instrumento de registro y análisis de datos.

Para la recogida de datos, puesto que en muchos de los casos no he podido realizar la encuesta personalmente me he valido del servicio Google Drive, en el que he determinado cada una de las preguntas del cuestionario para realizar la encuesta a distintas personas que se encuentran en distintas localizaciones geográficas.

Google Drive es un servicio de alojamiento de archivos y posee una prestación que consta de un editor de formularios para encuestas.

Y es a partir de estos formularios, como una vez respondidas las preguntas de las que consta, el servicio exporta los datos a una hoja de cálculo que permite registrar datos numéricos y alfanuméricos dispuestos en forma de tablas con distintas columnas.

Una vez recogidos los datos en una tabla, también proporciona un resumen a través de gráficos circulares.

### **6.1.2. Recogida de datos.**

Con la ayuda del servicio Google Drive, me ha resultado más fácil la recogida de datos, ya que solo he tenido que exportar los datos de la tabla de Excel que proporciona y a partir de ésta trabajar en el resto de tablas.

En la tabla conjunta que proporciona el servicio, aparecen todas las variables, pero cada una en una columna distinta.

Posteriormente recogí los datos de cada una de las variables en tablas distintas. He elegido presentar las variables en distintas tablas, puesto que he considerado que puede serme útil para resumir los datos obtenidos de la investigación.

Una vez recogidos los datos los he expresado en porcentajes, para ello he utilizado la fórmula de la frecuencia relativa, que me proporciona un porcentaje respecto del total de respuestas, de las veces que se ha producido una respuesta.

La fórmula es la siguiente:  $FR = 100 \times (\text{n}^\circ \text{ de casos tipo a} / \text{Total de casos})$

### **6.1.3. Análisis de los datos.**

Una vez recogidos analizo los datos realizando combinaciones para obtener respuesta a los epígrafes base de la encuesta.

Para ello he utilizado la fórmula de la frecuencia relativa, que me proporciona un porcentaje respecto del total de respuestas, de las veces que se ha producido una respuesta.

La fórmula es la siguiente:  $FR = 100 \times (\text{n}^\circ \text{ de casos tipo a} / \text{Total de casos})$

De éstas, como resultado final he obtenido una serie de gráficas que presentaré posteriormente en el capítulo de resultados.

## **6.2. PASOS EN LA METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE VARIABLES INFLUYENTES EN LA EMPLEABILIDAD A TRAVÉS DE LA WEB SHAKINGJOBS.**

Para llevar a cabo este estudio, cuento con el permiso y aprobación de Jara Tech, empresa que gestiona los servicios que proporciona ShakingJobs.

Es a través de esta página, donde se va a desarrollar el estudio. Para ello he creado ocho perfiles en LinkedIn simulando ser ocho personas distintas, mediante los cuales accederé a ShakingJobs para aplicar en diferentes ofertas de empleo.

Estos perfiles estarán adaptados a las diferentes ofertas a las que se va a aplicar y tendrán características similares dependiendo de la oferta a la que vayan dirigidas, pero con distintas variables que les haga diferenciarse.

Estas variables serán: la foto, el titular profesional, los estudios realizados, el último trabajo, su definición, recomendaciones de otros, actitudes y conocimientos que exponen, número de contactos, grupos a los que pertenecen...

Y será a partir de la aplicación de estos perfiles a distintas ofertas, como comprobaré las variables que los empleadores tienen en cuenta a la hora de introducir en el proceso de selección a distintos candidatos.

Por otra parte, debo manifestar, que las empresas en las que se lleve a cabo el estudio han sido avisadas con anterioridad, manifestando su conformidad. Conjuntamente con esto, las empresas no conocerán la identidad de los perfiles falsos, dejando así que parezcan usuarios comunes dentro del proceso de selección.

Con esto se pretendo sacar una conclusión acerca de que nos hace más empleables a la hora de buscar un trabajo, así como la importancia de la buena redacción y venta de nosotros mismos en el currículum, a través de las redes sociales.

En definitiva, lo que pretendo con esta investigación es valorar de manera discreta y objetiva los aspectos que los empleadores tienen en cuenta a la hora de seleccionar candidatos.

## 7. RESULTADOS, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.

### 7.1. RESULTADOS GENERALES DE LA ENCUESTA.

En relación a los diferentes descriptores en que basé la encuesta, a continuación presento y comento las tablas y gráficos resultantes del análisis realizado de la información obtenida de los encuestados.

#### Análisis del número de personas por sexo.

De la tabla siguiente se puede determinar que de un total de 50 personas, han participado tan solo dos mujeres más que hombres a la hora de contestar voluntariamente a la encuesta. Esta encuesta se proporcionó a 100 personas, de las cuales la mitad han colaborado en este estudio.

**Tabla 1. Análisis del número de personas por sexo.**

SEXO	F. Absoluta	F. Relativa
Mujer	26	54%
Hombre	24	46%
TOTAL	50	100%

Este estudio demuestra que existe un interés equitativo entre ambos géneros respecto al impacto de las redes sociales laborales, su colaboración ha sido prácticamente a partes iguales.

#### Análisis del número de personas por edad.

A partir de los datos representados en esta tabla junto con su correspondiente gráfico he podido determinar que la máxima participación se ha dado entre personas de 35 y 40 años

**Tabla 2. Análisis del número de personas por edad.**

EDAD	Nº. Personas	Porcentaje respecto del total
Menor de 25 años	4	8%
Entre 25 y 30 años	13	26%
Entre 30 y 35 años	5	10%

Entre 35 y 40 años	24	48%
Entre 40 y 45 años	0	0%
Mayores de 40	4	8%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sin perder la perspectiva de la muestra empleada para este documento, se demuestra que el rango de edad que mayor interés tiene en el impacto de las redes sociales laborales parte desde los 25 hasta los 40 años. Suelen ser perfiles de gente con entre 0 y 15 años de experiencia en el mundo laboral.

## ANALISIS DE LAS PREGUNTAS

### 1. ¿Considera la presencia de la foto un aspecto que puede influir a la hora de determinar la empleabilidad de una persona?

Tabla 3. La presencia de la foto como aspecto que determina la empleabilidad de la persona

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
SÍ	43	86%
NO	7	14%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta ha sido realizada con el fin de determinar si la imagen de la persona puede influir a la hora de seleccionar a un candidato, no por la belleza, sino por lo que transmite a través de su imagen, ya sea seriedad, limpieza, simpatía, cordialidad, falta de higiene personal, tipo de vestuario...

En cuanto a la respuesta un 86% de los encuestados considera que sí puede influir la presencia de la foto a la hora de determinar la empleabilidad. Por lo tanto, es un aspecto a tener en cuenta para mejorar en la búsqueda de empleo, puesto que incluir o no la foto del candidato puede ser un elemento diferencial a la hora de poder optar finalmente al puesto de trabajo ofertado.

**2. Considera que el tipo de foto formal o no formal, como fotos de fiesta, de vacaciones, en bodas... ¿Influye a la hora de tener una primera impresión de la persona?**

**Tabla 4. Influencia del tipo de foto: formal o no formal.**

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
Sí	50	100%
No	0	0%
TOTAL	50	100%

El objetivo de esta pregunta es determinar si el contexto en el que te realizas la foto puede influir en la decisión de entrar a formar parte de un proceso de selección o no. No hay que olvidar que la foto representa tu imagen, es decir, lo que tú quieres transmitir y el contexto en el que te la haces transmite el entorno más cercano y usual al que estás habituado.

En cuanto a los resultados, un 100% de los encuestados considera que sí que influye la primera impresión que puede darte la persona a través de la foto.

El hecho de incluir una foto informal se puede volver dramáticamente en contra del candidato, puede generar desconfianza en el personal de RRHH que se encarga de analizar posibles candidatos, pudiendo quedar descartado de futuros procesos de selección a las primeras de cambio.

**3. ¿Considera la no presencia de la foto un aspecto importante para rechazar al candidato puesto que no da la cara?**

**Tabla 5. Rechazo del candidato por la ausencia de foto en el perfil.**

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
Sí	33	66%
No	17	34%
TOTAL	50	100%

Continuando con la importancia de la imagen que facilitas sobre ti mismo a través de la foto, esta pregunta se ha realizado para determinar la importancia de la presencia de la

foto. En otros países extranjeros, sí que es cierto que no la valoran e incluso la prohíben, para no ser acusados de discriminación sexista, étnica... Pero en España y Latinoamérica los empresarios y reclutadores prefieren ver la cara de la persona a la que van a contratar.

Atendiendo a los datos, los encuestadores han determinado a través de un 66% de respuestas, que sí es importante ver la imagen del candidato antes de continuar con éste en el proceso de selección.

En consonancia a las dos preguntas anteriores, la imagen que un candidato da de sí mismo, es importante para los encuestados debido a la imagen que puede buscar dar una empresa de trabajo a través de sus trabajadores.

#### **4. ¿Considera un perfil con foto más completo?**

**Tabla 6. La foto como aspecto que completa el perfil.**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de personas</b>
<b>Sí</b>	28	56%
<b>No</b>	22	44%
<b>TOTAL</b>	50	100%

Continuando con la importancia y relevancia de la foto en el perfil, esta pregunta tiene la finalidad de conocer si añadir la foto hace que el perfil sea más completo además de, como ya se ha visto en la pregunta anterior, ser un aspecto que puede influir a la hora de no ser seleccionado.

Atendiendo a las respuestas, un 56% de los encuestados consideran la foto un aspecto que completa el perfil.

En esta pregunta se puede concluir que la foto, sin ser un factor determinante por el hecho de no incluirla, el hecho de incluirla y dar una imagen equivocada como candidato a un posible puesto de trabajo puede ser determinante de forma negativa.

#### **5. ¿Considera importante completar el campo "Teléfono"?**

**Tabla 7. Importancia del campo del teléfono.**

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
Sí	43	86%
No	7	14%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Atendiendo a esta pregunta, la finalidad es conocer la opinión de los encuestados dándole o no valor a añadir el teléfono.

En cuanto a los resultados, el 86% de los encuestados considera importante incluir el teléfono para que les resulte más fácil contactar con los perfiles interesados.

Esto demuestra que los encuestados, independientemente de los avances tecnológicos que permiten utilizar las redes sociales laborales que actualizan OnLine el estado de solicitud a una oferta para un puesto de trabajo, consideran un medio menos moderno como es el teléfono una herramienta de contacto importante.

## **6. ¿Qué nivel de importancia tiene la URL?**

**Tabla 8. La importancia de la URL.**

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	10	20%
Importante	23	46%
Algo importante	4	8%
Poco importante	4	8%
Nada importante	9	18%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

La pregunta pretende determinar el nivel de importancia que tiene para los encuestados la URL del perfil, ya que la URL permite estar mejor posicionado respecto al resto de usuarios.

En relación a los resultados, el 66% de los encuestados considera que la URL es entre importante y muy importante.

Esto se debe a que demuestra por parte del candidato un interés en buscar el mejor posicionamiento Web posible respecto al resto de posibles candidatos a una oferta, esto hace reflexionar a los posibles seleccionadores además sobre las posibles aptitudes

profesionales del candidato, debido a este elemento diferencial respecto a otros candidatos.

## 7. ¿Qué considera más importante en un Extracto: aspectos cualitativos o cuantitativos?

Tabla 9. Aspectos de importancia en el extracto.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Cualitativos	23	46%
Cuantitativos	7	14%
Ambos	20	40%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

El objetivo de esta pregunta es conocer que quieren encontrar los reclutadores y seleccionadores cuando leen el extracto de un perfil. Este espacio está dirigido a explicar quién eres y qué puedes aportar.

Atendiendo a los resultados, el 46% de los encuestados ha considerado más importante los aspectos cualitativos y el 40% señalar tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. Esta pregunta ha generado equilibrio en las respuestas, por lo que podemos concluir que un extracto que combine correctamente aspectos cualitativos y cuantitativos sería ideal a fin de poder ser un extracto lo más completo posible.

## 8. ¿Cuál es, para usted, el espacio más importante de los siguientes?

Tabla 10. El espacio de mayor importancia.

RESPUESTA	Nº. Respuestas	Porcentaje de respuestas
Extracto	19	38%
Experiencia	25	50%
Formación	0	0%
Educación	0	0%
Idiomas	0	0%
Aptitudes	6	12%
Información adicional	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta tiene como propósito conocer el espacio al que mayor importancia se le atribuye a la hora de fijarse en un perfil.

En cuanto a las respuestas los encuestadores han seleccionado la experiencia, el extracto y las aptitudes como los espacios más importantes, con un 50%, 38% y 12% respectivamente.

Los candidatos cuyos perfiles presentan mejor completados los campos de experiencia, extracto y aptitudes, son los que a la vista de este trabajo, presentarían un perfil más interesante a los posibles reclutadores que visiten sus perfiles.

**9. A través de la red social LinkedIn se pueden validar las competencias de los usuarios: ¿Qué grado de importancia tiene para usted que la competencia haya sido validada por un experto en la materia?**

**Tabla 11. Grado de importancia de la validación de competencias.**

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	16	32%
Importante	5	10%
Algo importante	17	34%
Poco importante	9	18%
Nada importante	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta tiene como objetivo determinar la importancia que se le atribuye a la validación de competencias por expertos en la materia, a la hora de tenerlas en cuenta para introducir a una persona en un proceso de selección.

En cuanto a los resultados, el 76% de los encuestados consideran entre algo importante y muy importante que la competencia haya sido validada por un experto.

Este punto demuestra una amplia variedad de respuestas, se puede concluir que la mayoría de los encuestados lo considera un punto importante, sin embargo es complicado disponer de competencias profesionales validadas en perfiles de candidatos con poca experiencia por lo que se puede deducir que la importancia de la validación de competencias aumenta a medida que aumenta la experiencia del candidato.

## 10. ¿Considera imprescindible señalar los Proyectos desarrollados?

Tabla 12. Importancia de señalar Proyectos desarrollados.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	16	32%
Importante	13	26%
Algo importante	17	34%
Poco importante	4	8%
Nada importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta atiende a la importancia de señalar los proyectos que se realizan tanto a nivel académico, como profesional en el desempeño de un trabajo. Es decir, los proyectos que has logrado abordar.

En relación a las respuestas, el 92% de los encuestados considera que señalar los proyectos en el perfil es entre algo importante y muy importante.

Se deduce que los reclutadores están interesados en qué han hecho los candidatos a lo largo de sus trayectorias académicas y profesionales, existen puestos de trabajo muy especializados donde haber trabajado en un proyecto determinado puede ser un factor diferencial positivo a la hora de decantarse por un candidato u otro.

## 11. ¿Qué importancia daría a las recomendaciones externas del perfil de un usuario?

Tabla 13. Importancia de las recomendaciones externas.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	0	0%
Importante	23	46%
Algo importante	19	38%
Poco importante	1	2%
Nada importante	7	14%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta pretende determinar la importancia que poseen las recomendaciones en un perfil de LinkedIn.

Atendiendo a los datos, el 84% de los encuestados ha considerado entre algo importante e importante tener una recomendación en el perfil de LinkedIn.

Esta cuestión demuestra que las recomendaciones por parte de antiguos compañeros de trabajo, o antiguos compañeros de Universidad son importantes para los usuarios de las redes sociales laborales, sin embargo es llamativo que para ninguno de los encuestados sea determinante al máximo. Esto puede deberse a que las validaciones pueden estar sesgadas debido a amistades o compromisos de recomendaciones mutuos que restan algo de credibilidad a las validaciones.

## 12. ¿Qué grado de importancia tiene para usted que alguna competencia haya sido validada por un compañero del ámbito académico?

Tabla 14. Importancia de una competencia validada por un compañero del ámbito académico.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	0	8%
Importante	0	0%
Algo importante	15	30%
Poco importante	22	44%
Nada importante	13	26%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

En esta pregunta se pretende determinar qué opinión les merece ver en los perfiles competencias validadas por compañeros del ámbito académico.

En cuanto a las respuestas de los encuestados, el 70% considera que tener validada alguna competencia por algún compañero es entre poco y nada importante.

Al tratarse de redes sociales laborales, las competencias validadas por un compañero de ámbito académico tienen menos importancia puesto que no tiene porqué ser capaz de juzgar una competencia profesional.

## 13. ¿Qué grado de importancia tiene para usted que alguna competencia haya sido validada por un compañero de trabajo?

Tabla 15. Importancia de que la competencia haya sido validada por un compañero de trabajo.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	1	8%
Importante	5	0%
Algo importante	39	56%

<b>Poco importante</b>	1	2%
<b>Nada importante</b>	4	20%
<b>TOTAL</b>	50	100%

En esta cuestión se pretende determinar la importancia de la validación de algunas de las competencias, que destaca el usuario sobre sí mismo, realizada por algún compañero de trabajo.

En cuanto a las respuestas, el 56% de los encuestados consideran algo importante que la competencia haya sido validada por un compañero de trabajo. Tal y como se desprende de la pregunta anterior, las competencias validadas por un compañero de trabajo, tienen más valor para los encuestados. Esto se debe a como habíamos comentado anteriormente, que se trata de una red social laboral.

#### **14. El hecho de que un usuario tenga muchos contactos, ¿Es importante?**

**Tabla 16. Importancia de tener muchos contactos.**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Muy importante</b>	3	6%
<b>Importante</b>	8	16%
<b>Algo importante</b>	38	76%
<b>Poco importante</b>	1	2%
<b>Nada importante</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

En esta pregunta se pretende comprobar la relevancia que tiene para los encuestados, observar en un determinado perfil gran cantidad de contactos.

En cuanto a los resultados, el 76% de los encuestados considera algo importante tener muchos contactos.

Esta pregunta demuestra que el hecho de tener muchos contactos, podría no ser importante, la importancia radica más en la relevancia e importancia de los contactos en cuanto al sector al que pertenecen, la especialización de los contactos.

#### **15. ¿Existen en LinkedIn usuarios registrados para cualquier puesto de trabajo?**

**Tabla 17. Existencia de usuarios para cualquier puesto.**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de personas</b>
<b>Sí</b>	19	38%
<b>No</b>	31	62%
<b>TOTAL</b>	50	100%

En esta pregunta se pretende establecer si LinkedIn es una red social en la que se ofrece y demanda cualquier puesto de trabajo, es decir, dirigido a cualquier profesión.

En cuanto a las respuestas, el 62% de los encuestados considera que no existen usuarios que respondan al perfil de todas las profesiones.

Este estudio demuestra que no existen perfiles de todos los puestos de trabajo, LinkedIn está orientado a determinados sectores de trabajo, especialmente aquellos que requieren a formación académica del ámbito universitario.

#### **16. ¿Qué aspectos valora más en los contactos de los usuarios: cualitativos o cuantitativos?**

**Tabla 18. Aspectos que se valoran de los candidatos.**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Calidad</b>	50	100%
<b>Cantidad</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

En esta pregunta se pretende establecer qué tiene mayor relevancia para los encuestadores, ver perfiles con gran cantidad de contactos o perfiles con menos contactos pero que sean de calidad, es decir, que pueda ofrecer mayores oportunidades profesionalmente, así como asemejarse en aspectos profesionales, el perfil del usuario y el de sus contactos.

Atendiendo a los datos, el 100% de los encuestados considera que la calidad de los contactos es más importante.

Respecto a esta cuestión, se demuestra de forma inequívoca que “Más no es mejor”, es preferible un perfil especializado y cuidadosamente confeccionado, que uno desestructurado, caótico, con exceso de información, e incómodo de leer.

## 17. Formar parte de muchos Grupos es...

Tabla 19. Importancia de formar parte de un grupo.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	0	0%
Importante	7	14%
Algo importante	27	54%
Poco importante	16	32%
Nada importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Esta pregunta pretende determinar la importancia o no que tiene pertenecer a grupos de dialogo en LinkedIn, en los que se mantienen relaciones y se hablan o tratan temas de actualidad relacionados con la temática del grupo.

En relación a los datos, el 56% de los encuestados considera que pertenecer a muchos grupos es algo importante.

Se valora positivamente el perfil de aquellos usuarios que está orientado a una serie de grupos donde pueden mantenerse al tanto de las últimas noticias relacionadas en cada grupo, así como aquellos perfiles que están en permanente contacto con la formación continua de su conocimiento académico.

## 18. Participar de forma habitual en Grupos es...

Tabla 20. Importancia de participar en grupos.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	0	0%
Importante	16	32%
Algo importante	22	44%
Poco importante	12	24%
Nada importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

La finalidad de esta pregunta atiende a la importancia que los encuestados consideran que tiene la pertenencia a los grupos de dialogo de LinkedIn.

En cuanto a los resultados, el 44% de los encuestados considera que participar de forma habitual en los grupos es importante, esto puede demostrar aptitudes y competencias importantes y muy valoradas como la proactividad, la capacidad de análisis, la participación y el trabajo en equipo.

**19. En su opinión, ¿La participación de un usuario en grupos es: positiva o negativa?**

**Tabla 21. Participación: positiva o negativa.**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Positiva</b>	50	100%
<b>Negativa</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

El objetivo de esta cuestión deriva en la opinión de los encuestados acerca de si consideran o no positiva la participación de los usuarios en los grupos.

Atendiendo a los datos, el 100% de los encuestados considera que la participación en los grupos es positiva para el usuario.

Participar en un colectivo, como es un grupo de LinkedIn es valorado en su totalidad de forma positiva, puesto que como mencionaba en la pregunta anterior muestra valores, como el trabajo en equipo, la capacidad comunicativa, la escucha activa o la síntesis de ideas.

**20. ¿Valora los grupos a los que pertenece un posible candidato?**

**Tabla 22. Valoración de los grupos.**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de personas</b>
<b>Sí</b>	39	78%
<b>No</b>	11	22%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La finalidad de esta pregunta es establecer si aporta o no valor los grupos a los que pertenecen los usuarios a la hora de ser seleccionado, es decir estipular si pertenecer a un grupo determinado aporta mayores ventajas al usuario a la hora de ser seleccionado.

Atendiendo a las respuestas, el 78% de los encuestados considera que si aporta valor los grupos a los que pertenece.

Tal y como se desprende del resto de preguntas de este estudio, la cantidad no es lo importante. Los encuestados valoran pertenecer a grupos relevantes dentro del ámbito profesional y académico de cada perfil.

## 21. ¿Qué grupos tienen más relevancia para usted atendiendo a la profesión que quiere desempeñar?

Tabla 23. Relevancia de los grupos.

RESPUESTA	Nº. Respuestas	Porcentaje de respuestas
Didácticos	0	0%
Aquellos que tengan relación a su experiencia laboral	15	30%
Aquellos que tengan relación a su puesto actual de trabajo	4	8%
Aquellos que tengan relación con la función que quiere desempeñar	31	62%
<b>TOTAL</b>	50	100%

El objetivo de esta materia es determinar los tipos grupos que mayor relevancia aportan para los encuestados, a la hora de considerar más ventajoso un perfil, es decir, en qué grupos se fijan más los encuestados a la hora de determinar la empleabilidad del usuario.

En cuanto a los resultados, el 62% de los encuestados considera que tienen mayor relevancia aquellos grupos que tengan relación con la función profesional que quiere desarrollar o desempeñar.

## 22. ¿Cree que LinkedIn es una gran Base de Datos para los profesionales de Selección?

**Tabla 24. LinkedIn como base de datos.**

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
Sí	50	100%
No	0	0%
TOTAL	50	100%

El propósito de esta consulta deriva en, conocer la opinión de los encuestados acerca de si consideran que LinkedIn es una base de datos para reclutar y seleccionar candidatos a través de sus perfiles.

En cuanto a los resultados, el 100% de los encuestados considera que LinkedIn si es una gran Base de Datos para los profesionales de selección en la cual existen diversos perfiles, que pueden cubrir las características de una determinada vacante.

Actualmente LinkedIn es un referente a la hora de buscar contactos laborales, permanecer actualizado respecto a las ofertas de trabajo, así como permanecer informado del estado laboral de los contactos de cada usuario.

### **23. ¿Crees que LinkedIn es un activo que puede "trabajar por nosotros"?**

**Tabla 25. Activo que trabaja por nosotros.**

RESPUESTA	Nº. Personas	Porcentaje de personas
Sí	26	52%
No	24	48%
TOTAL	50	100%

El propósito de esta consulta es comprobar la opinión de los encuestados acerca de si LinkedIn puede “trabajar por nosotros”, es decir, proporcionarte candidatos sin tener que buscar en otras fuentes como portales de empleo, bases de datos de la empresa...

En cuanto a las respuestas, el 52% considera que sí trabaja por nosotros, en contraposición con un 48% que considera que no. En esta pregunta ha habido mucha diversificación, por lo que se puede desprender que hay encuestados que consideran que LinkedIn es un portal ideal de cara a ofertarse a posibles reclutadores de empresas, mientras que otros encuestados consideran que LinkedIn no es la única fuente de oportunidades de empleo.

**24. ¿Tiene relevancia para usted que se mienta en momentos de desempleo, para evitar que los seleccionadores se percaten de ello?**

Tabla 26. Importancia de mentir en momentos de desempleo

RESPUESTA	Nº. Respuestas	Porcentaje de respuestas
<b>Sí, una relevancia muy negativa</b>	31	62%
<b>Sí, una relevancia algo negativa</b>	19	38%
<b>No</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La intención de este asunto es determinar la relevancia que tiene para los encuestados mentir acerca de la situación en la que se encuentra el usuario respecto a si está en desempleo o no.

En relación con los resultados, el 62% de los encuestados considera que si tiene una relevancia muy negativa mentir acerca de su situación laboral en momentos de desempleo. Mentir puede generar una imagen de desconfianza, que irremediablemente genere el rechazo por parte de los reclutadores. La honestidad es un valor en alza en el trabajo muy valorado por parte de las compañías.

**25. ¿Tiene relevancia para usted que no se mantenga actualizado el perfil?**

Tabla 27. Relevancia de la actualización del perfil.

RESPUESTA	Nº. Respuestas	Porcentaje de respuestas
<b>Sí, una relevancia muy negativa</b>	1	2%
<b>Sí, una relevancia algo negativa</b>	37	74%
<b>No</b>	12	24%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La intención de esta pregunta es determinar la relevancia que tiene para los encuestados no mantener actualizado el perfil, es decir, añadir nuevos proyectos realizados, nuevas experiencias o nuevos conocimientos, así como no actualizar su situación laboral.

En relación con los resultados, el 74% de los encuestados considera que tiene una relevancia algo negativa no mantener actualizado el perfil.

Mantener cuidadosamente actualizado el perfil, es importante para los usuarios encuestados, puesto que al tratarse de un perfil profesional es relevante que todos los contactos que puedan acceder a una información actualizada. Además demuestra en el usuario responsabilidad en cuanto a la importancia que le da a su visibilidad en el ámbito del empleo.

## 26. Para un puesto Directivo la experiencia es...

Tabla 28. Importancia de la experiencia para un directivo.

RESPUESTAS	Nº. Personas	Porcentaje de respuestas
Muy importante	36	72%
Importante	14	28%
Algo importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

El fin de esta pregunta es determinar la importancia que requiere la experiencia en un puesto de directivo.

Atendiendo a las respuestas, el 72% de los encuestados considera muy importante la experiencia en un puesto de Directivo.

Un puesto Directivo tiene la experiencia como punto determinante, ya que se tratan de puestos de trabajo de liderazgo y toma de decisiones, donde toda la experiencia es un factor diferencial respecto al resto de puestos de trabajo de la empresa.

## 27. ¿En qué se fijaría si tuviese que seleccionar un perfil Junior?

Tabla 29. Importancia de los espacios en un perfil Junior.

RESPUESTA	Nº. Respuestas	Porcentaje de respuestas
Extracto	0	0%
Experiencia	0	0%
Formación	37	74%
Educación	13	26%
Idiomas	0	0%
Aptitudes	0	0%

<b>Información adicional</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La intención de esta pregunta es conocer la opinión de los encuestados, acerca de cuál es la característica más importante en la que fijarse a la hora de contratar un perfil Junior. Atendiendo a las respuestas el 74% de los encuestados han determinado que la formación es la característica más relevante a la hora de fijarse en un determinado perfil Junior.

Este punto demuestra que el apartado académico en un perfil sin experiencia o con muy poca experiencia es el punto determinante, este resultado es esperable puesto que al no contar con experiencia es difícil valorar puntos fuertes del ámbito laboral.

**28. Entre dos candidatos Junior, con la misma Formación, y el mismo nivel competencial en Idiomas, ¿En qué apartado del perfil se fijaría para decantarse entre uno y otro?**

Tabla 30. Apartado que influye para decantarse en un perfil Junior.

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Respuestas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Extracto</b>	27	54%
<b>Experiencia</b>	16	32%
<b>Formación</b>	0	0%
<b>Educación</b>	0	0%
<b>Idiomas</b>	2	4%
<b>Aptitudes</b>	1	2%
<b>Información adicional</b>	4	8%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La finalidad de esta cuestión es conocer la opinión de los encuestados, acerca de cuál es el apartado más relevante del perfil de LinkedIn a la hora de elegir entre dos perfiles Junior con similares características.

Atendiendo a los datos, el 54% de los encuestados han determinado que el extracto es el apartado del perfil más determinante a la hora de decantarse entre dos perfiles similares.

**29. ¿En qué medida es importante para usted los estudios cursados para el puesto?**

**Tabla 31. Importancia de los estudios.**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Muy importante</b>	0	0%
<b>Importante</b>	26	52%
<b>Algo importante</b>	24	48%
<b>Poco importante</b>	0	0%
<b>Nada importante</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

El fin de este asunto es determinar la relevancia que tienen los estudios a la hora de seleccionar a un perfil para un puesto concreto.

Atendiendo a las respuestas, el 52% de los encuestados considera importante los estudios realizados para llevar a cabo el desempeño de un puesto, respecto a un 48% de los encuestados que lo considera algo importante.

**30. En su opinión, añadir experiencia no relacionada con el puesto o meta a alcanzar ¿Es positivo o negativo?**

**Tabla 32. Experiencia no relacionada con el puesto.**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Positivo</b>	19	38%
<b>Negativo</b>	31	62%
<b>TOTAL</b>	50	100%

Esta pregunta pretende determinar si es beneficioso o no añadir experiencia no relacionada con el puesto de trabajo que se busca.

Respecto a las respuestas, el 62% de los encuestas contestó que es negativo añadir a tu perfil de LinkedIn experiencia laboral no relacionada con el puesto de trabajo que se busca.

**31. ¿En su opinión a qué perfiles de la población está dirigido LinkedIn?**

**Tabla 33. Perfiles a los que va dirigido LinkedIn.**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Junior</b>	10	20%
<b>Senior</b>	31	62%
<b>Manager</b>	8	16%
<b>Otros</b>	1	2%
<b>TOTAL</b>	50	100%

La cuestión pretende determinar los perfiles a los que está dirigida la red social profesional de LinkedIn.

Atendiendo a los datos, el 62% de los encuestados consideran que LinkedIn es una red social orientada a perfiles Senior, respecto a un 20% que opina que está dirigido a perfiles Junior.

**32. En su opinión, qué es más importante a la hora de seleccionar perfiles Junior, ¿Contar con una breve experiencia dentro del ámbito al que se quiere dedicar o contar con varios idiomas?**

**Tabla 34. Importancia de los espacios de experiencia e idiomas en un perfil Junior**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Contar con experiencia</b>	23	46%
<b>Contar con varios idiomas</b>	27	54%
<b>TOTAL</b>	50	100%

En esta materia se pretende comprobar la opinión de los encuestados acerca de si es más relevante una breve experiencia o un buen conocimiento de idiomas.

Atendiendo a las respuestas, el 54% de los encuestados determina que los idiomas son más relevantes a la hora de seleccionar un perfil Junior que la breve experiencia con la que pueda contar.

**33. A la hora de señalar la experiencia ¿Considera importante incidir en las funciones realizadas en el cargos?**

**Tabla 35. Importancia de señalar las funciones en la experiencia.**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº. Personas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
<b>Muy importante</b>	10	20%
<b>Importante</b>	23	46%
<b>Algo importante</b>	17	34%
<b>Poco importante</b>	0	0%
<b>Nada importante</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

A partir de esta consulta se pretende establecer la importancia que tiene explicitar las diferentes funciones que ha desarrollado a lo largo de los distintos cargos ocupados, a la hora de señalar la experiencia. Es decir, determinar si es o no importante acompañar la experiencia del usuario con las funciones que ejercía en cada experiencia.

Teniendo en cuenta las respuestas, el 66% de los encuestados lo considera entre importante y muy importante.

Estos son los datos que se han podido obtener a través de la encuesta, a continuación he destacado una serie de aspectos a tener en cuenta a partir de los datos, así como señalar aquellos datos más importantes a tener en cuenta a la hora de orientar.

## **7. 2. RESULTADOS A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN DE SHAKINGJOBS.**

A partir de los perfiles creados, he ido aplicando a diferentes ofertas de empleo que encajaban con los perfiles en algunos de los requisitos exigidos.

Es esta parte del estudio la que mayor dificultad ha supuesto, por varios motivos.

En primer lugar, los procesos de selección han sido lentos, en la mayoría de los casos sin recibir ninguna noticia acerca de si el proceso estaba cerrado o si los candidatos habían sido seleccionados. A pesar de que la duración que se estima en un proceso de selección gira entorno a unos 5 días, como máximo dos semanas.

En segundo lugar, varias ofertas no solicitaban la disponibilidad de los candidatos de manera inmediata, lo que me ha hecho reflexionar que no eran ofertas para vacantes de próxima incorporación, sino para contar con distintos perfiles en su base de datos, de cara a contrataciones a futuras.

Estas son las razones principales por las cuales no he obtenido feedback a lo largo de este proceso tras haber aplicado con los distintos perfiles a las distintas vacantes.

Esta globalización genera una competencia mayor paracada puesto de trabajo, enriquece desde el punto de vista de la empresa una contratación especializada y afinada, puesno hay que olvidar que estos nuevos sistemas de búsqueda de empleo son compatibles con aquellos más antiguos. Desde el punto de vista del candidato ofrece un mayor abanico de alternativas dentro de un mismo sector en el que este especializado, así como

## **8. CONCLUSIONES**

### **8.1. CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA.**

Una vez recogidos, procesados y analizados los datos es importante desarrollar las conclusiones a las que derivan los datos. Para ellos he decidido agrupar algunas de las preguntas por temas relacionados.

#### **1. Importancia de la foto.**

Atendiendo a las preguntas número 1, 2, 3 y 4, acerca de la importancia de la foto, se ha podido determinar a través de distintas opiniones que la foto influye en la empleabilidad del usuario, ya que proporciona un perfil más completo, condiciona dependiendo del ambiente en el que haya sido tomada, así como es un aspecto que puede determinar el rechazo o no de un candidato en un proceso de selección.

Por estas razones, hay que tener en cuenta que la foto es la marca personal que el usuario pretende dar en un primer momento de sí mismo. De ahí señalar la importancia que ésta tiene a la hora de ser escogida para mostrar una imagen positiva.

Por esta razón es importante reflexionar a la hora de determinar que foto será la elegida ya que, a través de ésta el usuario proporcione la imagen que él pretenda, puesto que la imagen que de sí mismo, será su marca personal.

Lo ideal es reflejar una imagen profesional a la vez que amistosa, que sea real y que tenga buena nitidez. Por otra parte, es importante reflejar bien el rostro, acompañado de un ambiente neutro que no distraiga a los reclutadores por los elementos de fondo que pueden existir. Además el contexto en el que es tomada la foto puede proporcionar a los reclutadores y seleccionadores una imagen poco favorable de la persona, manifestando que ese es el ambiente en el que el usuario está acostumbrado a desenvolverse.

#### **2. Campo teléfono.**

A través de la pregunta número 5 se ha determinado la importancia que requiere añadir el teléfono en el perfil.

Puede que parezca una obviedad la pregunta, pero en los últimos tiempos diferentes artículos y blogs de Internet recomendaban no poner el teléfono en el perfil de LinkedIn, puesto que a veces, más que llegarte ofertas a través del perfil, pueden utilizar tu teléfono para molestarte o mandarte publicidad. No obstante, hay que tener en cuenta que incluir el teléfono tiene grandes ventajas, ya que facilita a posibles reclutadores interesados en tu perfil, a ponerse en contacto con el usuario.

### 3. La URL.

Mediante la pregunta número 6 se ha determinado la importancia de la URL. Ésta tiene como objetivo informar a los motores de búsqueda sobre el contenido de la página. Es por este motivo que cuanto más clara, limpia, coherente y corta sea, más fácil resultará al usuario diferenciarse del resto, así como hacerse más visible.

Es decir, ayuda a los usuario con el posicionamiento y genera mayor tráfico a su perfil, es decir le beneficia porque es más visto por más personas.

### 4. El Extracto.

A partir de la pregunta número 7 he determinado la importancia que tiene reflejar de los aspectos cualitativos en el extracto, así como de reflejar tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. De esto se puede deducir que el extracto tiene importancia cuando no solo se hable de aspectos cuantitativos del usuario.

Lo que proponen algunos expertos es que se utilice el extracto para contar la propia historia del usuario, es decir, quién es y qué puede aportar, pero de una manera creativa que enganche al lector a continuar leyendo el resto del perfil.

Atendiendo a esto, Jan Vermeiren, autor de “How to really use LinkedIn”, habla del factor “encontrar-gustar-contactar” atendiendo al Extracto.

Es decir una vez que encuentran a un determinado usuario, ven su foto y posteriormente al extracto, esta es la parte donde se debe llamar la atención y generar el interés del RRHH para que éste decida ponerse en contacto con él.

Por tanto, lo ideal es aprovechar el espacio del extracto para diferenciarse respecto al resto, humanizar el perfil y destacar competencias y experiencias que provoquen interés en el RRHH.

En relación con esta cuestión, a través de la pregunta número 8 se ha conocido que es el extracto el segundo apartado más importante para los encuestados a la hora de fijarse en un perfil, por detrás de la experiencia, como aspecto más relevante.

Por otra parte, si tienes conocimiento de más de un idioma y tu búsqueda de trabajo no está dirigida únicamente al territorio nacional, es conveniente desarrollar el extracto en ambos idiomas, siempre y cuando sea el usuario mismo quien lo haga ya que al RRHH le proporcionará también el nivel de idiomas que el usuario posee.

#### 5. Validación de competencias y recomendaciones.

Atendiendo a la pregunta número 9 acerca de la importancia de las validaciones por un experto, hay que señalar que tiene una notoria relevancia por parte de los encuestados.

Hay que tener en cuenta que las validaciones consisten en proporcionar al otro un refuerzo positivo, en este caso se trata de un reforzamiento social. De la misma manera que ocurre con los animales según Skinner el reforzamiento positivo provoca que se realice la misma conducta en situaciones similares. Por tanto, el reforzamiento, en este caso social de las recomendaciones sirve a los usuarios para reafirmar y expresar un aspecto positivo de éste. Para los reclutadores, ver como un experto valida la competencia de un usuario es relevante puesto que le proporciona una imagen más concreta acerca de las competencias que éste puede llevar a cabo.

En relación con este tema, las preguntas número 11, 12 y 13, atienden a la importancia de las recomendaciones de los usuarios. En un primer momento se confirma la relevancia positiva que tiene un usuario al poseer recomendaciones, de esto cabe destacar, la diferencia que existe entre la importancia de ser validada por un compañero de clase o por un compañero de trabajo, puesto que la recomendación por compañero académico posee menor excelencia que ser recomendado por un compañero de trabajo.

Atendiendo a esto es parcialmente importante poseer recomendaciones por compañeros de trabajo. Por otra parte, hay que tener en cuenta que recomendar recae en la

responsabilidad de cada uno, y solo se debe recomendar a aquellas personas en las que confías y por las que pondrías en juego tu credibilidad.

Ya que es en realidad lo que ve el RRHH cuando observa un perfil de un usuario determinado, la confianza que otra persona tiene depositada en el usuario.

Aditivo a esto cabe señalar que, a la hora de pedir una recomendación se debe reflexionar acerca de la persona a la que se lo pides ya que esta debe expresar sobre el usuario algo con sentido, beneficioso y que hable acerca del desempeño profesional de éste.

Por último, muchas de las recomendaciones que el RRHH observa no tendrán relevancia, pero si alguna de ellas está realizada por una persona con notoria experiencia y relevante en el sector, será un gancho para éste a la hora de fijarse en el usuario.

#### 6. Contactos.

A partir de las preguntas número 14 y 16 se ha podido demostrar a través de las respuestas de los encuestados que no es tan importante tener gran cantidad de contactos, sino más bien contar con contactos de calidad. Es decir, crear conexiones y vínculos con otros usuarios que permitan cumplir los objetivos del usuario, o más bien crear una utilidad mutua entre el usuario y la persona con la que quiere contactar.

Para crear esas conexiones es recomendable buscar entre personas conocidas, ya sean compañeros de universidad, máster, trabajo... ya que estos vínculos pueden llevar al usuario a llegar a otros contactos que si puedan proporcionarle una oportunidad laboral. No obstante además de crear redes mediante las redes sociales, es aconsejable acudir a distintos puntos de interés relacionados con la profesión a desarrollar para conocer personas con los mismos objetivos e intereses en los que de nuevo mutuamente proporcionen utilidad estas interconexiones.

#### 7. Público al que va dirigido LinkedIn.

Teniendo en cuenta la pregunta número 15 y a partir de los resultados de ésta se puede determinar que LinkedIn no es una red social profesional dirigida a todas las profesiones, sino que se dirige a personas universitarias o profesionales de un sector determinado con alta cualificación.

#### 8. Proyectos desarrollados y funciones y cargos de la experiencia.

A partir de las preguntas 10 y 33, se puede comprobar la importancia de detenerse a la hora de hacer hincapié en los proyectos que ha llevado a cabo, así como en la experiencia.

No se trata de nombrar el puesto, la empresa, el periodo en el cual se realizó, sino que también es necesario profundizar en la descripción de las actividades y los logros que se han obtenido. Además para obtener mayor éxito y diferenciación es conveniente incluir porcentajes y cifras de lo que es capaz de hacer el usuario.

#### 9. Participación en grupos.

A partir de la pregunta 17 se ha comprobado que pertenecer a grupos es algo importante. Por otra parte, en cuanto a la participación en éstos, se muestra mayor relevancia ya que ha sido considerado así por unanimidad que participar en los grupos es positivo.

Por otra parte, atendiendo a las preguntas 20 y 21 he podido comprobar que los RRHH si valoran los grupos a los que pertenecen los usuarios, especialmente aquellos que tiene relación con la función que quiere desempeñar éstos.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que participar en los grupos no hace referencia a unirse a ellos sino que para ser partícipe de un grupo es necesario mantenerse activo en éste, compartir recursos, publicaciones y establecer feedback entre los participantes.

Es decir, no solo se basa en una simple comunicación, sino en aportar utilidad a los participantes. De esta manera el usuario consigue beneficios tales como aprender a partir de la información que se da en el foro, incremento de visitas por la participación, ya que la gente quiere conocer tu perfil y experiencia, ganar visibilidad o ampliar la red con posibles participantes.

#### 10. LinkedIn como base de datos y “trabajar por nosotros”.

Atendiendo a la pregunta 20, los encuestados opinan por unanimidad que LinkedIn es una gran base de datos en la que se encuentran multitud de perfiles diferentes. Posee un motor de búsqueda interno en el que se puede buscar a candidatos a partir de sus descripciones en cuanto a experiencia, estudios...

Pero por otro lado, solo un 52% de los encuestados considera que puede trabajar por ellos, ya que los candidatos no solo se encuentran en LinkedIn sino a través de diferentes portales de empleo, ferias...

### 11. Experiencia

Aunque es cierto que toda experiencia es importante, hay que saber dónde ponerla, igual que es necesario adaptar el currículum a la oferta a la que va dirigido, también hay que tener en cuenta que LinkedIn debes señalar el ámbito al que quieres dedicarte, por lo que señalar experiencia en otros sectores como camarero, azafata, niñera... Puede distorsionar la imagen del reclutador sobre tus capacidades.

Esta es una de las razones por las que los encuestados han considerado negativo reflejar experiencia no relacionada con el puesto o meta a alcanzar.

### 12. Perfiles en LinkedIn.

A través de la pregunta número 31, he pretendido determinar hacia que perfiles en cuanto a experiencia, está dirigido LinkedIn, entre los que han destacado los perfiles Senior con un 62% de las respuestas y los perfiles Junior con un 20%.

Por otra parte, atendiendo al perfil de director, mediante la encuesta he determinado que la experiencia es muy importante.

En contra posición para un perfil Junior es más importante poseer varios idiomas que una breve experiencia laboral, aunque ambas variables tienen relevancia.

Continuando con el perfil Junior los aspectos más importantes en los que se fijan los RRHH en el perfil de LinkedIn son la formación y la educación. Y entre dos perfiles Junior similares, es el extracto y la experiencia lo que les hace decantarse en favor de uno de ellos.

### 13. Estudios

Atendiendo la pregunta número 29, en la que se pretende determinar la importancia de los estudios para llevar a cabo el desempeño de un puesto determinado, se considera entre algo importante e importante, puesto que no solo son los estudios los que demuestran el desempeño a la hora de realizar un trabajo, sino las competencias que se han adquirido a lo largo de esa formación.

#### 14. Mentir en el perfil.

Mediante la pregunta número 24 se ha determinado la relevancia negativa que tiene mentir acerca de la situación laboral en la que se encuentra el usuario. Es pernicioso para el usuario, ya que si el reclutador se da cuenta de la mentira, ésta afectará directamente a la reputación del candidato, posicionándolo en una situación de desventaja y desconfianza pudiéndole ser incluso perjudicial en futuros empleos.

No hay que olvidar que los responsables de recursos humanos y las agencias de selección de personal comparten este tipo de información entre sí acerca de los usuarios, de ahí su aspecto negativo.

#### 15. No actualizar el perfil.

Por otra parte y en relación al apartado anterior, no actualizar o descuidar el perfil tiene una relevancia algo negativa, puesto que puede dar una imagen descuidada del usuario y de la importancia que para éste tiene encontrar trabajo.

Todos estos aspectos deberán tenerlos en cuenta los orientadores, a la hora de proporcionar una serie de variables a los usuarios, que influyen en la mejora de su empleabilidad de éstos.

En resumen alguno de los aspectos que se han determinado como relevantes en la mejora de la empleabilidad son:

##### a) La foto.

Es conveniente acompañar siempre el perfil junto a una foto, ya que proporciona ventajas al perfil siendo este más completo y la foto debe ser tomada en un contexto neutro,

##### b) Teléfono.

A pesar de poder ser increpado y molestado por anuncios, es muy aconsejable añadir el teléfono, ya que de esta manera se les proporciona a los RRHH facilidades para contactar con el usuario.

##### c) URL

Es conveniente personalizar la URL, para conseguir estar mejor posicionado respecto al resto de los candidatos, así como dar una imagen al RRHH de preocupación y cuidado hacia el perfil.

d) Extracto.

Es aconsejable utilizar este espacio para describir la propia historia tanto académica como laboral que ha llevado a cabo para conseguir ser quien es el usuario. No hay que olvidar que este espacio está dirigido a describir quién es y qué puede aportar a las futuras empresas que estén interesadas en él, siempre haciéndolo de una manera que infunda en el RRHH interés y motivación en continuar leyendo su perfil.

e) Contactos.

A través de anteriores apartados del estudio se ha incidido en la importancia del networking, por esta razón es importante incidir en los usuarios a que lleven a cabo relaciones con distintos contactos que les ayuden a lograr sus objetivos, así como a conseguir de estos validaciones de competencias, siempre y cuando los contactos sean relevantes en ese ámbito y puedan recomendarles en futuras vacantes.

f) Descripción de proyectos y funciones.

Se recomienda resumir en que consiste cada una de sus experiencias laborales y proyectos o logros obtenidos, así como dar datos cuantitativos para enganchar más al reclutador y proporcionar datos distintos a los del resto proporcionando diferenciación en el usuario respecto del resto de los perfiles.

g) Participar en grupos.

Es importante participar en grupos para mantenerse actualizado, así como para llegar a nuevos contacto y que estos te conozcan especialmente en el terreno laboral en que el usuario se quiera desarrollar.

h) LinkedIn como base de datos.

LinkedIn es una base de datos utilizada por los RRHH, por lo que es importante pertenecer a ella para tener mayores probabilidades en la búsqueda de trabajo.

i) Experiencia no relevante.

En redes sociales profesionales dirigidas a colectivos con alta cualificación, no es recomendable manifestar ninguna experiencia profesional que no se relacione con el cargo al que se quiere acceder o los estudios realizados, puesto que puede proporcionar una imagen distorsionada del usuario.

j) Perfiles con amplia experiencia.

Es importante para este tipo de perfiles incidir en la experiencia ya que es este aspecto el que más le interesa a los RRHH.

k) Perfiles con poca experiencia.

En perfiles Junior algunos de los aspectos que tienen en cuenta los RRHH son la formación y la educación, además de los conocimientos en idiomas.

Pero en el caso de tener dos perfiles similares los aspectos en los que se basan para decantarse entre uno de ellos son el extracto, de ahí la importancia de utilizar bien ese aspecto y la breve experiencia que pueda aportarse relacionada con el puesto.

Estos son algunos de los aspectos más relevantes a tener en cuenta a la hora de orientar para sacar la mayor productividad en cuanto a las redes sociales.

l) Estudios.

Los estudios son una parte relevante en la que se fijan los RRHH pero no hay que olvidar que lo más importante es que el usuario demuestre a través de su perfil distintas competencias, ya que una determinada formación no está dirigida solo a un sector laboral.

m) Mentir o no actualizar el perfil.

Como última orientación es importante destacar a los usuarios que mentir o no actualizar el perfil puede ser negativo para su desarrollo laboral. No hay que olvidar que la honestidad puede ser un valor importante para la empresa y ser humilde puede beneficiar al usuario a la hora de encontrar empleo.

Además de la relación que mantiene entre los RRHH, lo cual puede ser perjudicial ya que entre ellos pueden comentar las características de un determinado perfil.

## **8.2. CONCLUSIONES A PARTIR DEL ESTUDIO REALIZADO A TRAVÉS DE SHAKINGJOBS.**

A partir de los datos anteriormente detallados, se puede llegar a la conclusión de que los procesos de selección llevados a través de las redes sociales profesionales continúan siendo lentos.

Esto tiene una relevancia negativa tanto para los candidatos que aplican a las ofertas, ya que no obtienen respuesta y esto les proporciona pesimismo y desconfianza acerca de estas redes sociales profesionales, como para los RRHH, ya que cuanto más largo sea el proceso mayores recursos y tiempo tendrán que invertir en él.

Las redes sociales ofrecen una amplitud de visión de negocio que difícilmente sería posible para los candidatos mediante los procedimientos tradicionales o antiguos de búsqueda de empleo.

## **9. PROPUESTAS PARA LÍNEAS FUTURAS.**

Atendiendo a la finalidad del estudio, se han podido determinar diferentes aspectos, no obstante, el estudio podría continuar siguiendo diversas líneas de investigación.

En primer lugar, podría ser interesante realizar este mismo estudio a personas del área de RRHH de distintos países de la Unión Europea y de esta manera contrastar resultados, conociendo así las similitudes y diferencias que existen a la hora de seleccionar a candidatos entre los países vecinos. Además una vez vistas las similitudes y diferencias realizar una guía que proporcione a los distintos usuarios pertenecientes a itinerarios sociolaborales, distintas directrices para mejorar su empleabilidad atendiendo a las líneas marcadas por otros países y facilitando así la movilidad de los usuarios.

En segundo lugar, atendiendo a las comparativas, sería interesante realizar el estudio con otras redes sociales profesionales como Viadeo, Google+, Xing... y comparar cuales son las más utilizadas y si los resultados que se obtienen de todas ellas son similares o distintos, para facilitar a los usuarios unas líneas a seguir para mejorar su empleabilidad y de esta manera que adapten los distintos perfiles a la demanda del mercado.

En tercer lugar, de la misma manera, se podría ampliar el estudio comprobando las opiniones de las personas encargadas de los RRHH de las empresa, acerca de las distintas herramientas anteriormente descritas a lo largo del trabajo, estableciendo los aspectos más determinantes a la hora de seleccionar a un candidato y qué podrían optimizar para que sus herramientas fuesen más atractivas en el mercado laboral.

Por último, atendiendo a los programas de orientación, anteriormente señalados debido a su relevancia en el apartado de legislación, podría ser interesante realizar análisis de los programas de orientación laboral actuales, así como evaluarlos y si es necesario crear nuevos que complementen los existentes dando mayor respuesta a los usuarios demandantes de empleo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde, R. (Abril, 2014). *Cómo buscar trabajo en redes sociales*. Simposio llevado a cabo en el XV Foro de Empleo, FIBEST, Valladolid.
- Alles, M. A. (2001). *Empleo: el proceso de selección: la incidencia de la empleabilidad y el desempleo en la atracción e incorporación de recursos humanos*. Ediciones Macchi.
- ANECA. Los procesos de inserción laboral de los titulados universitarios en España. (n.d). Recuperado de: [http://www.aneca.es/var/media/308144/publi\\_procesosil.pdf](http://www.aneca.es/var/media/308144/publi_procesosil.pdf)
- Ausin, E. (2010). *Empleabilidad del Universitario: Orientación del Aprendizaje Basado en Competencias*. (Tesis doctoral). Universidad de Deusto. Bilbao.
- Caballero, G. (2005). *Los stakeholders en el modelo de gobierno corporativo. Un análisis del impacto en las estrategias de empleabilidad de la universidad española*. (Tesis doctoral). Universidad de Vigo. Vigo.
- Carrieri, A. & Sarsur, A. (2002) Percurso semántico do tema empregabilidade: um estudo de caso em uma empresa de telefonia. *Revista de administração contemporânea*, 8, 129-150.
- Cifre, E. & Navarro, M.L. (2013). “Constuyendo puentes entre responsabilidad social empresarial y la salud psicosocial en las organizaciones: una guía 2.0 para el incremento de la empleabilidad”. *CEF*. Disponible en: <http://www.ceflegal.com/>
- Constitución española de 27 de Diciembre de 1978. (BOE número 311.1 del 29 de diciembre de 1978).
- Declaración de Bolonia, 19 de Junio de 1999. Declaración conjunta de los Ministros Europeos de Educación.
- Europass (2002-2014). Abrir puertas al trabajo y a la formación en Europa. Recuperado de: <https://europass.cedefop.europa.eu/es/documents/curriculum-vitae>

EL MERCADO, U. E. de empleo universitario. Libro verde de la empleabilidad.

Recuperado de:

<http://libroverdeempleabilidad.avap.es/docs/LibroVerdeEmpleabilidadc2.pdf>

Finn, D. (2000). From full employment to employability: A new deal for Britain's unemployed? *International Journal of Manpower*, 21(5), 384-389.

Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational behavior*, 65(1), 14-38.

Gallego, E. C., & Macián, M. L. N. (2013). Construyendo puentes entre la responsabilidad social empresarial y la salud psicosocial en las organizaciones: una guía 2.0 para el incremento de la «empleabilidad». *Estudios financieros. Revista de trabajo y seguridad social: Comentarios, casos prácticos: recursos humanos*, 359, 163-204.

Harvey, L. (2001). Defining and measuring employability. *Quality in Higher Education*, 7 (2), 97-109.

Hirata, H. (1997). Os mundos do trabalho. En A. Casali, I. Rios, J. E. Teixeira, & M. S. Cortella (Orgs.), *Empregabilidade e Educação. Novos caminhos no mundo do trabalho* (pp. 23-42). São Paulo: EDUC– RHODIA.

Knight, P., & Yorke, M. (2003). *Assessment, learning and employability*. Glasgow: Society for Research into Higher Education and Open University Press. McGraw-Hill International.

Ley 3/2011, de 18 de febrero, de medidas urgentes para la mejora de la empleabilidad y la reforma de las políticas activas de empleo. (BOE núm 43, de 19 Febrero de 2011)

Ley 3/2012, de 6 de Julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral. (BOE núm 162, de 7 de Julio de 2012)

Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia. (BOE núm 163, de 5 de Julio de 2014)

Lincoln J. R. (1982). 'Intra-(and inter-) organizational networks'. *Research in the Sociology of Organizations*, (1) 1-38.

Marcos, J. & Shima, C. (Abril, 2014). *Taller de empleabilidad*. Simposio llevado a cabo en el XV Foro de Empleo, FIBEST, Valladolid.

Modelo curriculum.net (2008-2014). Modelos y plantillas de curriculum. Recuperado de: <http://www.modelocurriculum.net/curriculum-vitae-glosario.html>

Neffa, J. C., Panigo, D., & Pérez, P. (2000). *Actividad, empleo y desempleo*. Buenos Aires, AT y S. [Links].

Observatorio Navarro de Empleo (2012). *Competencias profesionales para el siglo XXI*. Confereración de empresarios de Navarra. Recuperado de: <http://ifuturo.org/informes/Competencias%20Profesionales%20para%20el%20Siglo%20XXI.pdf>

Organización internacional del trabajo (1996-2014). *Promover el empleo, proteger a las personas*. Recuperado de: <http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>

Perez.P, Betzabeth. M. & Meza. E. (2012) *Capital social y competencias profesionales: Factores condicionantes para la inserción laboral*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.<sup>a</sup> ed.). Consultado en: <http://www.rae.es/rae.html>

Rodriguez, A. (2012). *Orientación profesional por competencias transversales para mejorar la empleabilidad*. (Tesis doctoral). Universidad de Zaragoza. Zaragoza.

Ruiz, C. (Abril, 2014). *Cómo venderte + Networking*. Simposio llevado a cabo en el XV Foro de Empleo, FIBEST, Valladolid.

Sáez, F. & Torres, C. (2007). *Empleabilidad. Documento técnico síntesis del encuentro sobre Empleabilidad*. Madrid: FUNDIPE. Recuperado el 13 de marzo, 2007, de <http://www.fundipe.es/publicaciones.html>.

Tovar, M. G., García, I. & Méndez, A. (2013). Factores asociados a la empleabilidad de los psicólogos en san Luis potosí. *Revista Psicología Científica.com*, 15, 12. Recuperado de: <http://www.psicologiacientifica.com/factores-empleabilidad-psicologos>

Universidad de Valencia (2013). Libro Verde. Empleabilidad de los universitarios de la Comunitat Valenciana. Recuperado de:

<http://libroverdeempleabilidad.avap.es/docs/LibroVerdeEmpleabilidadc2.pdf>

Valero, F.J. (2013) Demandas del Mercado Laboral a los Titulados Universitarios. Universidad de Granada. Recuperado de: [http://cpep.ugr.es/pages/tablon/\\*/noticias-48/presentacion-del-estudio-demandas-del-mercado-laboral-a-los-titulados-universitarios](http://cpep.ugr.es/pages/tablon/*/noticias-48/presentacion-del-estudio-demandas-del-mercado-laboral-a-los-titulados-universitarios)

## ANEXOS

Encuesta para la realización del estudio de la red Social LinkedIn.	 cuestionario.xlsx	
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 MarinaLopez Suarez.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/marinalopezsuarez">https://www.linkedin.com/in/marinalopezsuarez</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 JulioMartínez García.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/jmargar">https://www.linkedin.com/in/jmargar</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 MartaCastaños Jiménez.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/mjimcas">https://www.linkedin.com/in/mjimcas</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 AlbertoGarcía Toledano.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/albertogarciatoledano">https://www.linkedin.com/in/albertogarciatoledano</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 LucíaGómez Hernández.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/pub/luc%C3%ADa-g%C3%B3mez-hern%C3%A1ndez/a0/367/904">https://www.linkedin.com/pub/luc%C3%ADa-g%C3%B3mez-hern%C3%A1ndez/a0/367/904</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 VictorHerreros Tejada.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/victorherreros">https://www.linkedin.com/in/victorherreros</a>
Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio	 CristinaDe la Peña Gómez.pdf	<a href="https://www.linkedin.com/in/crisdelapenaa">https://www.linkedin.com/in/crisdelapenaa</a>

<p>Extracto de perfiles de LinkedIn creados para el estudio</p>	 <p>LuisCamacho Gutiérrez.pdf</p>	<p><a href="https://www.linkedin.com/pub/luis-camacho-guti%C3%A9rrez/a0/36b/7b9">https://www.linkedin.com/pub/luis-camacho-guti%C3%A9rrez/a0/36b/7b9</a></p>
---	--	--