

---

# Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias del Trabajo  
Trabajo de Fin de Grado  
Grado en Relaciones Laborales y  
Recursos Humanos

Reclutamiento y selección a  
través de redes sociales:  
especial atención a LinkedIn.

Presentado por:

***Paula Monedero Rivera***

Tutelado por:

***Miguel Lamoca Pérez***

*Palencia, 1 de Julio de 2020*



## RESUMEN

El avance de las nuevas tecnologías lleva provocando notables cambios en el mercado laboral desde hace años y, que continúa en constante evolución. Aparecen nuevos conceptos como Web 2.0/3.0, Reclutamiento 2.0/social recruiting, etc.

El principal objetivo de este trabajo es indagar y explicar los nuevos métodos y herramientas con los que cuentan las empresas para las tareas de reclutamiento y selección. En la actualidad las redes sociales están cada vez más presentes en la vida de las personas, sobre todo en la de todos los profesionales que forman parte del mercado laboral. La necesidad de las empresas de adaptarse a estos nuevos métodos resulta indudable si quieren mantenerse o seguir creciendo y evolucionando.

**Palabras clave:** Web 2.0, reclutamiento 2.0/social recruiting.

## ABSTRACT

The advance of new technologies has been causing notable changes in the labor market for years and continues in constant evolution. New concepts appear like Web 2.0 / 3.0, Recruitment 2.0 / social recruiting, etc.

The main objective of this project is to investigate and explain the new methods and tools that companies have for recruitment and selection tasks. Currently, social networks are increasingly present in the lives of people, also in all professionals who are part of the labor market. The necessity of the companies to adapt to these new methods is unquestionable if they want to maintain or continue growing and evolving.

**Key words:** web 2.0, recruitment 2.0, social recruiting.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Competencias.....	6
1.2 Conceptos básicos.....	7
2.RECLUTAMIENTO.....	9
2.1 Tipos de reclutamiento.....	10
<b>2.1.1 RECLUTAMIENTO INTERNO.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2 RECLUTAMIENTO EXTERNO. ....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.3 RECLUTAMIENTO MIXTO. ....</b>	<b>14</b>
3.SELECCIÓN.....	15
3.1 Concepto. ....	15
3.2 Etapas y métodos.....	16
4. NUEVAS TENDENCIAS EN LOS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.....	19
4.1 Reclutamiento 2.0 /Social Recruiting.....	20
<b>4.1.1 HERRAMIENTAS 2.0 PARA RECLUTAMIENTO.....</b>	<b>23</b>
5. PRINCIPALES REDES SOCIALES PARA EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.....	32
5.1 Redes sociales profesionales: LinkedIn.....	32
5.2 Redes sociales personales. ....	35
<b>5.2.1 FACEBOOK.....</b>	<b>35</b>
5.2.2 TWITTER. ....	37
6. CASO PRÁCTICO.....	39
7.CONCLUSIONES.....	44
8. BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA.....	45
9.ANEXOS.....	48
ANEXO I. Cuestionario a Mars. ....	48
ANEXO II. Cuestionario a Metalimpex. ....	50
ANEXO III. Cuestionario a eurofims.....	52
ANEXO IV. Cuestionario a Asti Mobile Robotics. ....	55
ANEXO V. Cuestionario a Juguetecas.....	56
ANEXO VI. Cuestionario a Monedero.....	58

## 1. INTRODUCCIÓN

Para poder comprender el uso de redes sociales en procesos de reclutamiento y selección, debemos tener en cuenta la diversidad y pluralidad generacional.

La diversidad generacional no sólo se basa en las diferencias de edad, también hay que tener en cuenta los valores, las ideas, las competencias, actitudes, aptitudes, y la forma que tienen las personas de cada generación de relacionarse y comunicarse.

Existen diferentes teorías o modos de entender las diferencias generacionales. Las cuatro principales generaciones de las que más se habla hoy en día son las siguientes (fechas aproximadas):

Baby Boomers (Entre mediados de los años 40 y los años 60). Las personas que se incluyen en esta generación nacieron durante la posguerra. A nivel laboral, muchos de ellos están unidos a una misma empresa o sector a lo largo de su vida, ya que son reacios al cambio. Se caracterizan por su estabilidad laboral. Su principal reto hoy en día es generar nuevas competencias profesionales para adaptarse al mercado de trabajo actual y aprovechar el talento y la experiencia que tienen.

Generación X (entre los años 60 y los 80). Esta generación vivió un gran número de cambios entre ellos, la fiebre consumista de los 80 o el nacimiento de internet. Han sido capaces de adaptarse con facilidad a las redes sociales y a las nuevas tendencias tecnológicas, y se les considera generalmente satisfechos y conformistas.

Generación Y (entre principios de los años 80 y mediados de los 90). También conocidos como "Millennials". Estas personas nacieron en una época de abundancia y bienestar. A raíz de esto, los millennials tienden a no valorar la seguridad en el trabajo, pero sí las relaciones entre compañeros y supervisores.

Generación Z (entre mediados de los 90 hasta 2010 aproximadamente). También catalogados como "centenials". La vida de las personas pertenecientes a esta generación está marcada por internet, ya que está

presente en todos los ámbitos de sus vidas. Esta generación da más valor a la creatividad y a la innovación.

### 1.1 Competencias

A lo largo del desarrollo de este trabajo he adquirido y desarrollado una serie de competencias recogidas en la siguiente tabla:

<b>COMPETENCIAS GENÉRICAS (CG)</b>
INSTRUMENTALES
<b>CG.1.</b> Capacidad de análisis y síntesis
<b>CG.2.</b> Capacidad de organización y planificación
<b>CG.3.</b> Comunicación oral y escrita en lengua nativa
<b>CG.6.</b> Capacidad de gestión de la información
<b>CG.8.</b> Toma de decisiones
PERSONALES
<b>CG.14.</b> Razonamiento crítico
SISTEMÁTICAS
<b>CG.16.</b> Aprendizaje autónomo
<b>CG.18.</b> Creatividad
<b>CG.21.</b> Motivación por la calidad
<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)</b>
DISCIPLINARES
<b>CE.4.</b> Dirección y gestión de Recursos Humanos
<b>CE.10.</b> Economía y mercado de trabajo
PROFESIONALES
<b>CE. 13.</b> Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente usando la terminología y las técnicas adecuadas
<b>CE.14.</b> Capacidad de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación
<b>CE.19.</b> Capacidad de aplicar técnicas y tomar decisiones en materia de gestión de recursos humanos
<b>CE.27.</b> Capacidad de interpretar datos e indicadores socioeconómicos relativos al mercado de trabajo.
ACADÉMICAS
<b>CE.33.</b> Capacidad para interrelacionar las distintas disciplinas que configuran las relaciones laborales.
<b>CE.35.</b> Aplicar los conocimientos a la práctica.

**CE.36.** Capacidad para comprender la relación entre los procesos sociales y la dinámica de las relaciones laborales.

## **1.2 Conceptos básicos**

El reclutamiento y la selección de personal son dos procesos mediante los cuales se busca encontrar el mejor candidato para un puesto vacante dentro de la organización, ya sea existente dentro de la organización o ante la creación de un nuevo puesto.

Reclutamiento y selección son dos conceptos diferentes pero ligados entre sí.

El proceso de reclutamiento se lleva a cabo con anterioridad al proceso de selección, y consiste principalmente en atraer e identificar los posibles candidatos que tengan o se adapten a los requisitos específicos del puesto que se desea cubrir. Más adelante hablaremos de los tipos de reclutamiento y de las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.

El proceso de selección es el siguiente paso, una vez llevado a cabo el reclutamiento, durante la selección, como su propio nombre indica, se escoge al candidato idóneo que va a cubrir el puesto vacante.

En muchas ocasiones, cuando hablamos del proceso de selección de personal, se incluye también el reclutamiento, ya que estos dos conceptos son entendidos como dos fases diferentes dentro de un mismo proceso.

El reclutamiento y la selección de personal son claves para lograr el éxito empresarial, ya que si no se realiza una buena elección del capital humano, que en mi opinión es el elemento clave de cualquier organización, no podrán llevarse a cabo correctamente los procesos y tareas de la empresa, lo que conducirá al incumplimiento de objetivos y al fracaso empresarial.

En la actualidad, y con el avance de las nuevas tecnologías, las empresas se apoyan en ellas para llevar a cabo los procesos de reclutamiento y selección de personal, surgiendo así conceptos como reclutamiento 2.0, social recruiting... que veremos más adelante.

Internet ha revolucionado la búsqueda de trabajo, viéndose afectados por tanto los procesos de reclutamiento y selección.

Hoy en día, los reclutadores o empleadores tienen acceso a ver los atributos personales de los candidatos, sus CV, verificar sus antecedentes y además entrevistarlos a través de videoconferencias sin necesidad de concretar entrevistas personales. Esto es una gran ventaja sobre todo en procesos amplios, con numerosas fases, donde se tienen que llevar a cabo un gran número de entrevistas.

Más adelante hablaremos de ello, pero es importante destacar las dos ventajas más valiosas que nos ofrecen internet y las nuevas tecnologías en estos procesos que son, por un lado, la posibilidad de extender la búsqueda a todo el mundo, y por otro lado, una disminución de los costes, es decir, crean valor, constituyéndose como una ventaja competitiva.

Por ello, las empresas se están viendo “obligadas” no sólo a mostrarse presentes en las redes sociales, sino también a cambiar su estrategia, tanto de reclutamiento y selección, como de negocio en términos generales. Las redes sociales son fundamentales para las empresas tanto a nivel externo como a nivel interno.

Uno de los grandes avances de la tecnología en procesos de reclutamiento y selección es la posibilidad de encontrar talento a través de búsquedas que van más allá, ya que no sólo se busca entre personas que se encuentran en situación de búsqueda activa de empleo, sino que llegan también a un grupo numeroso de personas que son los candidatos pasivos. Se entiende por candidatos pasivos a aquellas personas que cuentan con el conocimiento, la experiencia, las habilidades y el talento necesario para cubrir una vacante específica, pero que actualmente no están buscando empleo, ya sea porque no quiere, porque ya tiene empleo y no desea cambiar, etc, pero que aun así están abiertos a nuevas posibilidades que les puedan servir para su propio desarrollo y para su desarrollo profesional.

Para el reclutamiento de estos candidatos pasivos son muy importantes el reclutamiento 2.0 y las redes sociales. Por lo tanto, estos nuevos métodos de reclutamiento y selección de personal darán pie al desplazamiento de los métodos tradicionales debido a las numerosas ventajas que ofrecen.



## 2.RECLUTAMIENTO

Reclutamiento, es definido como aquel proceso mediante el cual la organización busca detectar y atraer personal cualificado para la posterior selección de alguno de ellos en función de los requisitos específicos del puesto y las características de los candidatos, con el fin último de cubrir un puesto vacante dentro de la organización.

“El reclutamiento se hace a partir de las necesidades de recursos humanos presentes y futuras de la organización. Consiste en la investigación e intervención sobre las fuentes capaces de proveer a la organización del número suficiente de personas que son necesarias para la consecución de sus objetivos.” Chiavenato (2011).

Según Idalberto Chiavenato, existen tres etapas en el proceso de reclutamiento:

1. Investigación interna de necesidades.
2. Investigación externa del mercado.
3. Definición de las técnicas de reclutamiento a utilizar.

La investigación interna de necesidades consiste en identificar y reorganizar las necesidades de personal en la organización, ya sean de necesidad inmediata o para planes o proyectos que la organización llevará a cabo en el futuro.

Por tanto, esta investigación o este estudio no debe realizarse de manera puntual, sino que deberá ser constante a lo largo del tiempo.

Una buena identificación de necesidades de personal permitirá realizar un proceso de reclutamiento y selección de personal más amplio en relación al tiempo, y por tanto, una mejor búsqueda de candidatos.

A través de la investigación externa del mercado, lo que se pretende es segmentarlo e identificar las fuentes de reclutamiento.

Una buena segmentación del mercado permite facilitar el análisis del mismo creando grupos o segmentos de candidatos con características similares.

La segmentación que la organización hace del mercado de trabajo ha de basarse en los intereses particulares de la misma y de las exigencias de los puestos vacantes.

Por otro lado, según Chiavenato, la identificación adecuada de las fuentes de reclutamiento permite a la organización:

- Aumentar el rendimiento del proceso de reclutamiento, elevando la proporción de candidatos/empleados elegidos para la selección, así como la proporción candidato/empleados admitidos.
- Reducir la duración del proceso de selección al ser más rápido y eficaz.
- Reducir los costos operativos de reclutamiento por medio del ahorro en la aplicación de sus técnicas y en la eficacia en la búsqueda de talentos.

## **2.1 Tipos de reclutamiento**

Existen dos tipos de reclutamiento: interno y externo.

### **2.1.1 RECLUTAMIENTO INTERNO.**

Consiste en cubrir el puesto vacante con candidatos de la plantilla actual de la organización.

Buscar candidatos entre los trabajadores de la organización acorta el esfuerzo y el tiempo en el proceso de reclutamiento.

Las principales ventajas del reclutamiento interno son las siguientes:

- Mayor eficacia en términos de tiempo y de coste.
- El candidato seleccionado tendrá un mayor conocimiento sobre la empresa, cultura, valores y normas, lo que implica ahorro de tiempo en relación al reclutamiento externo.
- Aprovechamiento de acciones formativas.
- Mejora de la motivación de los empleados al ver que la empresa favorece la promoción y el desarrollo profesional de sus trabajadores.
- Mejora de la imagen como empleador, es decir, ayudará a atraer talento externo, ya que muchos, querrán formar parte de una empresa que favorece el desarrollo profesional de sus miembros.

- Mayor validez y seguridad, debido a toda la información que la empresa dispone de sus empleados. El margen de error por tanto, es menor en relación al reclutamiento externo.

A pesar de las ventajas del reclutamiento interno, también podemos encontrar una serie de desventajas o inconvenientes:

- Frena el cambio y la innovación, frente a candidatos reclutados mediante el reclutamiento externo que pueden aportar visiones distintas debido a su experiencia en otras organizaciones.
- No adecuación del perfil para el puesto vacante.
- Puede llegar a crear conflictos internos por razones poco objetivas relativas a la promoción, sobretodo en empleados que no se han contemplado posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional.
- Puede llegar a crear conflicto de intereses si los superiores no están a favor de la promoción de sus subordinados.
- El reclutamiento interno supone una reorganización de la plantilla.

Existen dos fuentes principales de reclutamiento interno:

Promoción. Supone un movimiento vertical dentro de la propia empresa.

La promoción consiste en el ascenso del empleado a un puesto superior en la jerarquía de puestos, lo que conlleva un aumento de responsabilidades y un cambio de funciones a realizar por parte del trabajador.

Traslado. El traslado supone un movimiento horizontal del trabajador dentro de la organización.

El traslado es un cambio de puesto de trabajo a otro semejante o del mismo nivel jerárquico.

Al igual que hemos visto movimiento verticales y horizontales como fuentes de reclutamiento interno, también hay que considerar los movimientos diagonales, que consistirían en un traslado con ascenso, es decir, se cambia a un puesto de trabajo diferente y superior en términos de jerarquía organizacional.

### 2.1.2 RECLUTAMIENTO EXTERNO.

El reclutamiento externo consiste principalmente en la búsqueda de candidatos potenciales externos a la organización.

Si la empresa recurre a utilizar fuentes de reclutamiento externo, su objetivo será divulgar sus necesidades de empleo fuera de la organización.

El reclutamiento externo incide en candidatos reales o potenciales, disponibles o empleados, en un entorno externo a la organización.

Las ventajas del reclutamiento externo son:

- Los candidatos externos a la organización pueden aportar ideas para la innovación y el cambio en la empresa basándose en sus propias experiencias, así como nuevas ideas y diferentes enfoques.
- Aprovechamiento de las inversiones de otras empresas en formación y desarrollo personal.
- Cuando la organización busca un candidato con una cualificación y unas habilidades específicas con inmediatez, es más fácil a través del reclutamiento externo.

Los principales inconvenientes del reclutamiento externo son:

- El reclutamiento externo conlleva más tiempo, debido a la dificultad de la búsqueda de candidatos fuera de la organización.
- Requiere un mayor coste en términos económicos.
- Al no conocer al candidato existe cierta incertidumbre en relación a su rendimiento y a su comportamiento, y por tanto, este tipo de reclutamiento es menos seguro.
- Puede llegar a desmotivar a los trabajadores pertenecientes a la plantilla de la empresa, al no tenerse en cuenta su desarrollo profesional.
- Afecta a la política salarial de la empresa, al no haber equilibrio entre la oferta y la demanda.

Existen numerosas fuentes de reclutamiento externo, las más comunes son las siguientes:

CARTERA DE CANDIDATOS. Son candidatos que anteriormente han participado en procesos de reclutamiento de la empresa y no fueron seleccionados o que han presentado individualmente sus currículums vitae o una solicitud de empleo.

Es bueno para la organización disponer de un archivo o una cartera de candidatos, garantizando una reserva de los mismos para futuras eventualidades o necesidades.

Esta fuente de reclutamiento es efectiva debido a que requiere un bajo coste y un ahorro de tiempo.

ANUNCIOS EN PRENSA/TV/RADIO. Está técnica de reclutamiento es eficiente debido a que a través de este tipo de medio, se puede llegar a atraer un gran número de candidatos.

OFICINAS PÚBLICAS DE EMPLEO. Una de las numerosas funciones de estas oficinas, es actuar como intermediario entre empresas y candidatos, es decir, constituyen un lugar de encuentro entre la oferta y la demanda de empleo.

PERSONAS RELACIONADAS CON LA ORGANIZACIÓN. Se trata de llegar a atraer candidatos a través de recomendaciones de los propios empleados de la organización. Implica menos tiempo, poco coste y suele tener un alto rendimiento. Además, el empleado que recomiende a un candidato adecuado al puesto vacante, podrá sentirse reconocido por la empresa y también por el propio candidato.

AGENCIAS DE COLOCACIÓN. Son organizaciones especializadas en este área, por lo que tienen un alto rendimiento e implican menos tiempo en relación a otros medios de reclutamiento. El inconveniente, suelen conllevar un coste elevado.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS. Son una forma de encontrar candidatos potenciales.

CONFERENCIAS Y FERIAS DE EMPLEO. El objeto de este medio de reclutamiento es hacer visible a la organización proporcionando información de la misma.

EMPRESAS DE LA COMPETENCIA. Esta fuente de reclutamiento se utiliza principalmente cuando la organización está buscando un perfil muy específico y ha encontrado un gran talento en empresas de la competencia. En este caso,

tendrían que realizar una buena oferta y unas mejores condiciones al candidato.

EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL (ETT). El reclutamiento a través de estas organizaciones es un método muy efectivo en términos de flexibilidad y reducción de costes.

Las ETT disponen de su propia base de datos, creadas con candidatos que acuden a ellas para encontrar empleo, y a partir de esas bases de datos ofrecen posibles candidatos que se ajusten a las necesidades específicas de la empresa.

EMPRESAS CONSULTORAS. Sirven de apoyo a la organización. En términos de reclutamiento y selección de personal, la empresa consultora se encargará de revisar documentación de posibles candidatos y realizar una criba escogiendo los mejores perfiles para las empresas, realizando posteriormente las entrevistas correspondientes.

Suelen acudir a consultorías para realizar este tipo de procesos, grandes empresas que requieren un flujo de candidatos continuados empresas que buscan un perfil muy concreto y no tienen tiempo de llevar a cabo el proceso, y empresas que no tienen un departamento de Recursos Humanos consolidado.

INTERNET. Los sitios web para la búsqueda de empleo están cada vez más presentes en nuestras vidas. Utilizar internet como fuente de reclutamiento permite a las empresas reducir costes y sobretodo ampliar horizontes.

### **2.1.3 RECLUTAMIENTO MIXTO.**

En la práctica, normalmente las empresas no acuden simplemente a un solo tipo de reclutamiento. Por ejemplo, si acudimos al reclutamiento interno, el candidato que se desplaza a ocupar otro puesto dentro de la organización, deja su puesto anterior vacante, por lo que la empresa tendría que realizar una reorganización del personal o acudir al reclutamiento externo para encontrar un candidato que ocupe el puesto que ha quedado libre. Por ello, la empresa estaría realizando un reclutamiento mixto.

El reclutamiento mixto se puede abordar en tres escenarios:

- Inicialmente reclutamiento externo, seguido de reclutamiento interno. Este caso se da cuando el reclutamiento externo no ha tenido éxito debido a las necesidades específicas de la empresa.
- Inicialmente reclutamiento interno, seguido de reclutamiento externo. Este escenario es similar al anterior, pero a la inversa, la empresa apuesta primero por dar prioridad y oportunidades a sus empleados, pero si todo ello implica conflictos, o no se encuentra al candidato idóneo tendrá que acudir a utilizar fuentes de reclutamiento externo.
- Reclutamiento externo e interno al mismo tiempo.

### **3. SELECCIÓN**

#### **3.1 Concepto.**

Una vez que la organización ha reclutado un número suficiente de candidatos, el siguiente paso es elegir al candidato “ideal” para cubrir el puesto vacante.

Este proceso de selección puede extenderse más o menos en el tiempo dependiendo del número de candidatos y de las características específicas del puesto vacante.

Chiavenato (2011) define el proceso de selección como aquel donde se busca a los candidatos más adecuados para cubrir los puestos de trabajo que hay disponibles en la organización. Y Dolan (2014:86) lo define como la recopilación de información sobre los candidatos al puesto y determinación del candidato adecuado para el puesto de trabajo.

El proceso de selección supone un previo estudio intensivo del puesto que se desea cubrir para encontrar al candidato que más se adecúe al mismo.

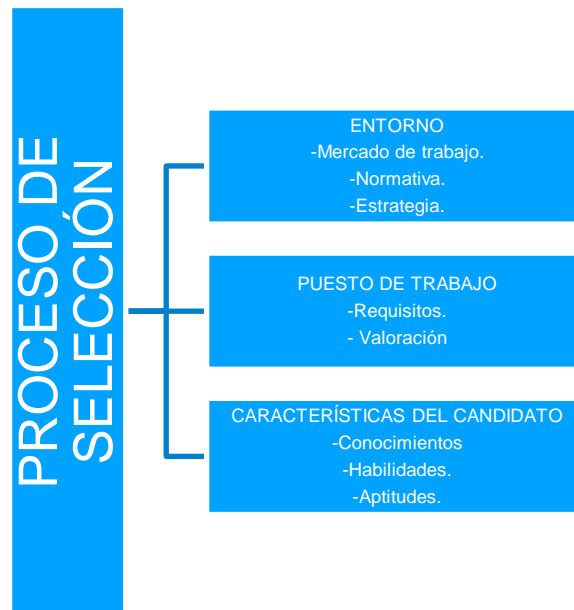
Según Chiavenato, la selección busca solucionar dos problemas básicos:

- a. Adecuación de la persona al trabajo.
- b. Eficiencia y eficacia de la persona en el puesto.

Por ello, no sólo hay que fijarse en las características actuales de los candidatos, sino que también es importante hacer una estimación o proyección del nivel de aprendizaje y realización de las tareas del candidato en el futuro.

El objeto del proceso de selección es llevar a cabo una comparación de los requisitos específicos del puesto vacante y de las características de los candidatos reclutados.

Una vez realizada esta comparación, el equipo de recursos humanos junto con los superiores a nivel jerárquico, deberán elegir al candidato idóneo para cubrir el puesto vacante.



Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Etapas y métodos

El proceso de selección de personal se compone de las siguientes etapas:

#### PRIMERA ETAPA. PRESELECCIÓN.

El objetivo del equipo de Recursos Humanos durante esta fase es acotar o reducir el número de candidatos reclutados anteriormente con el fin de disminuir tanto la duración como el coste del proceso.

Durante esta primera etapa se realiza una revisión inicial de las candidaturas (currículums vitae y solicitudes de empleo) para comprobar si los candidatos cumplen o no los requisitos específicos del puesto de trabajo vacante.



Una vez realizada la clasificación, se comunica a los candidatos seleccionados que continúan en el proceso de selección y, en muchas ocasiones, se realiza una primera entrevista ya sea de manera presencial o telefónica para tener un primer contacto con ellos. También es conveniente ponerse en contacto con los candidatos descartados para comunicarles que no continúan en el proceso.

#### SEGUNDA ETAPA. PRUEBAS DE SELECCIÓN.

A través de estas pruebas lo que se pretende es detectar y examinar diferentes aspectos o características ligadas al desempeño del puesto. No existe un estándar de pruebas de selección a llevar a cabo, sino que se eligen las pruebas a realizar en función de los requerimientos específicos del puesto de trabajo.

Algunos de los tipos de pruebas a realizar son:

- Pruebas médicas y físicas: Con estas pruebas se pretende medir el estado de salud física del candidato. Estas pruebas son muy usuales para puestos que requieren ciertas aptitudes físicas del candidato.
- Pruebas de profesionalidad: Son consideradas pruebas profesionales aquel conjunto de ejercicios que simulan de manera artificial algunas de las tareas más importantes y/o usuales a desempeñar en el puesto a cubrir. Bretones, F.D y Rodríguez, A (2008).  
Además de pruebas simuladas, en esta categoría pueden llevarse a cabo pruebas de carácter teórico como exámenes o test para evaluar ciertos conocimientos del candidato.
- Pruebas psicotécnicas: sirven sobre todo para medir conductas, aptitudes y características de los candidatos y así comprobar si serán capaces o no de enfrentarse a diversas situaciones en el desarrollo de su actividad.
- Pruebas de personalidad: estas pruebas sirven para evaluar actitudes y características individuales de los candidatos para comprobar su adaptabilidad al puesto. La forma más usual de llevar a cabo este tipo de pruebas es a través de pruebas proyectivas, en

las cuales se plantean preguntas o situaciones en las que mediante las respuestas de los candidatos se proyectan diversos aspectos de su personalidad.

### TERCERA ETAPA. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.

Es un elemento esencial en los procesos selección por diversas razones: resulta fácil de llevar a cabo, permite conocer personalmente a los candidatos; sirve para cualquier puesto y dentro de cualquier organización; permite a los entrevistadores ofrecer información específica y personalizada de la empresa a los candidatos entrevistados; y por último, ofrece la posibilidad de indagar en aspectos no medibles u observables de los candidatos, a los que sería imposible acceder con otro tipo de técnicas.

Las entrevistas de selección suelen realizarse unan vez avanzado el proceso, cuando la organización dispone de un número reducido de candidatos debido al gasto de tiempo que suponen.

La tipología general de las entrevistas de selección es: por un lado, la entrevista estructurada, diseñada con una serie de pautas y preguntas fijadas con anterioridad; y por otro lado, la entrevista no estructurada en la cual se llevan a cabo sobretodo preguntas situacionales, preguntas sobre el conocimiento del puesto, y preguntas sobre requisitos del trabajador.

Un tipo de entrevista muy usual son las entrevistas de comportamiento. Son entrevistas estructuradas en las que se pide a los solicitantes que relaten incidentes reales de su pasado que sean relevantes para el empleo a conseguir.

Atendiendo a número de personas presentes en la entrevista encontramos las entrevistas individuales, en las que participan un sólo candidato; y entrevistas múltiples o grupales en las que pueden participar más de un entrevistador y/o más de un entrevistado.

### CUARTA ETAPA. VERIFICACIÓN Y VALIDEZ DE INFORMACIÓN.

Una vez recopilada la información sobre los candidatos, es importante comprobar la validez de dicha información a través De Fuentes ajenas al candidato.

#### QUINTA ETAPA. DECISIÓN.

Una vez seleccionados los candidatos más adecuados al perfil que se busca, es el momento de decidir cuál será el candidato idóneo que ocupará el puesto vacante.

En muchas ocasiones, tomar esta decisión resulta complicado, debido a que los candidatos que han llegado a este punto del proceso, están capacitados y cumplen los requisitos para ocupar el puesto vacante. Por tanto, es necesario buscar un factor diferencial de la persona elegida frente al resto de candidatos.

#### SEXTA ETAPA. CONTRATACIÓN.

Ya se ha elegido el candidato idóneo para ocupar el puesto vacante, es la hora de comunicarle la decisión adoptada por la empresa y llevar a cabo los trámites de contratación del candidato.

## **4. NUEVAS TENDENCIAS EN LOS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

Internet y las nuevas tecnologías han evolucionado con mucha rapidez durante los últimos años.

En 1990 surgió la llamada “web 1.0”, una web estática, no interactiva y centralizada. Los usuarios de esta web navegaban simplemente para consumir información, siendo una web unidireccional y solo de lectura, donde apenas había interacción ni generación de contenido por parte del usuario.

Gracias a la evolución de las nuevas tecnologías y los grandes avances de internet, aparece en 2004 un nuevo concepto de la web, la web 2.0. Este nuevo concepto ofrece a los usuarios la capacidad de contribuir a la web generando contenido e interactuar con otros usuarios.

El cambio más trascendental que ofrece esta segunda generación web es la posibilidad de conexión entre personas a través de redes sociales, foros, chats, blogs, etc. Por tanto es bidireccional.

Esta constante y rápida evolución de la tecnología y de internet ha provocado profundos cambios en la sociedad, las nuevas tecnologías están cada vez más presentes en la vida de las personas.

Como es obvio, las nuevas tecnologías y la nueva era digital en la que nos encontramos han revolucionado también el funcionamiento de las empresas, cambiando drásticamente su forma de actuar, ante la necesidad de adaptarse al nuevo y constantemente cambiante entorno.

Las organizaciones han tenido que incorporar las nuevas tecnologías en su actividad, y también en los procesos de reclutamiento y selección de personal, originando nuevos métodos de llevar a cabo los procesos y con la incorporación de nuevas técnicas y herramientas, englobadas en el concepto de reclutamiento 2.0.

#### **4.1 Reclutamiento 2.0 /Social Recruiting**

Reclutamiento 2.0 o Social Recruiting es un proceso de reclutamiento y selección llevado a cabo a través de redes sociales, webs corporativas o portales de empleo. Este concepto surge a partir de la necesidad de las empresas para adaptarse al momento actual.

El objetivo principal del reclutamiento 2.0 es aprovechar la evolución de las tecnologías, la web 2.0 y las redes sociales para comunicar, informar, reclutar y retener talento.

“Las prácticas tradicionales de reclutamiento ya no resultan tan eficientes en el nuevo escenario de conectividad y conexiones; las empresas necesitan estar presentes en las redes sociales, construyendo su imagen de marca y reclutando potenciales candidatos, y para ello necesitan diseñar una estrategia de reclutamiento en redes sociales”. (Sullivan, 2011).

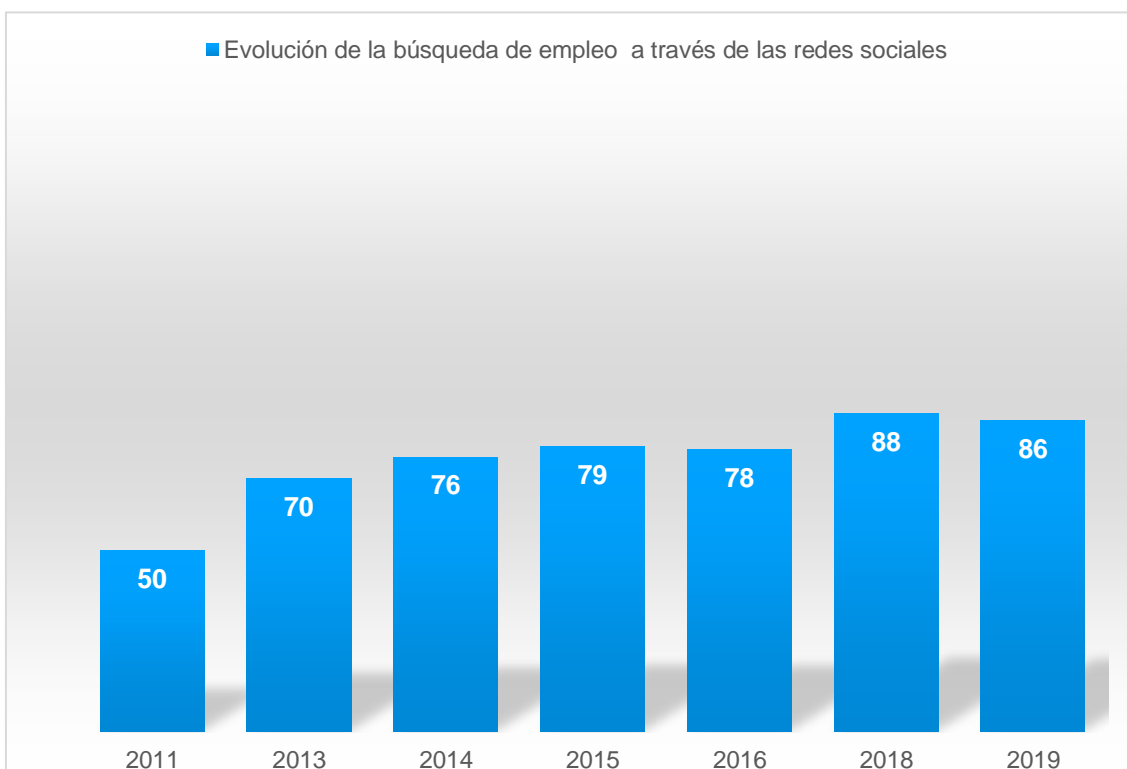
La transformación de los procesos de reclutamiento y selección se puede ver tanto desde el punto de vista de los empleadores (empresas) como desde los candidatos, ya sean personas que se encuentra en búsqueda activa de empleo o candidatos pasivos.

Desde el punto de vista de las empresas, se puede observar un importante incremento de la utilización de redes sociales como medio para reclutar candidatos, atraer y retener talento.

Muchas empresas utilizan esta metodología de forma complementaria a los métodos tradicionales.

En una encuesta realizada por Infoempleo y Adecco sobre las redes sociales y el mercado de trabajo, afirman que “más del 80% de las empresas en España tienen presencia en redes sociales, y el 87% de los reclutadores las utilizan para descubrir talento”.

Otro aspecto a tener en cuenta acerca del uso de redes sociales es la marca personal de los candidatos y la “huella digital”. Las empresas utilizan también las redes sociales para recopilar información acerca de los candidatos. Según el estudio mencionado anteriormente de Infoempleo-Adecco, “nueve de cada diez empresas tienen en cuenta la reputación online de los candidatos a la hora de hacer la selección, y el 28% de los profesionales de Recursos Humanos han rechazado a un candidato por su actividad en redes sociales”.



Fuente: Elaboración propia a partir de informe 2019: talento conectado. Nuevas realidades del mercado de trabajo.

Como se puede observar en el gráfico anterior, el porcentaje de personas que busca empleo a través de redes sociales ha ido incrementando con el paso de los años, excepto en los años 2016 y 2019 en los que ha bajado en un 1% y un 2%, cambios muy pocos significativos, por lo que aún siguen siendo una de las principales herramientas para la búsqueda de empleo.

El reclutamiento 2.0, tiene una serie de ventajas y de inconvenientes:

<b>VENTAJAS</b>	<b>INCONVENIENTES</b>
- Mayor amplitud de alcance, permite buscar candidatos tanto a nivel nacional como internacional.	- Exceso de candidaturas para una oferta de empleo.
- Permite un acceso 24/7/365, cualquier día y cualquier hora.	- Peligro en relación a la privacidad de datos.
- Ofrece más facilidades de comunicación entre empresas y candidatos.	- Menor experiencia frente a los métodos tradicionales de reclutamiento y selección.
- Permite ofrecer una mayor cantidad de información.	- La facilidad con la que se puede mentir en redes sociales provoca desconfianza a ciertos reclutadores por lo que algunos prefieren optar por el uso de métodos tradicionales.
- Mayor efectividad en términos tanto de coste como de tiempo.	- Las empresas se exponen a la crítica social si no crea una buena imagen de marca en redes sociales
- Permite una mayor segmentación de los candidatos.	- No todos los candidatos potenciales utilizan redes sociales.
- Posibilidad de observar el panorama de empresas de la competencia y del mercado de trabajo en general.	
- Posibilidad de llegar con más facilidad a los candidatos pasivos.	

#### **4.1.1 HERRAMIENTAS 2.0 PARA RECLUTAMIENTO**

Las tres herramientas principales para llevar a cabo los nuevos procesos de reclutamiento 2.0 son: las webs corporativas, los portales de empleo y las redes sociales.

##### **1. Webs corporativas.**

Las webs corporativas, en un primer momento eran una herramienta de las empresas para darse a conocer y hacer publicidad sobre sus productos o servicios. Esta herramienta era utilizada sobre todo por grandes empresas, pero cada vez más pymes han ido adoptando la estrategia de utilizar estas webs corporativas y tener presencia en la web.

El uso de webs corporativas ha evolucionado notoriamente, implementándose más usos para esta herramienta, como reclutar talento.

Muchas empresas han incorporado en sus webs un apartado en el cual los candidatos pueden inscribirse en ofertas de empleo o depositar sus CV. Estos apartados normalmente son llamados “trabaja con nosotros”, “contáctanos” o “tu carrera profesional en la empresa”.

En este caso, son los candidatos los que contactan primero con las empresas, y después de hacer una preselección, las empresas contactan con los candidatos.

Es importante que las empresas dispongan de una web corporativa bien diseñada y actualizada para atraer la atención de los candidatos. Además, resulta más sencillo atraer talento a través de esta herramienta para las empresas que cuentan con una buena imagen de marca, ya que ganan notoriedad frente al resto de organizaciones.

Es a raíz de esta necesidad de las empresas donde aparece el concepto de “Employer Branding”. La traducción literal de este concepto es marca del empleador.

El Employer Branding hace referencia al proceso a través del cual la empresa busca crear una buena imagen como empleador.

Es una estrategia a largo plazo para gestionar el conocimiento y las percepciones de los empleados, actuales y potenciales, así como stakeholders próximos, en relación con una empresa particular. (Sullivan 2004)

En la actualidad, el Employer Branding es tendencia en el ámbito del reclutamiento y la selección como estrategia o técnica para que las empresas sean capaces de atraer y retener talento.

La utilización de las webs corporativas como herramienta para el reclutamiento y la selección tiene una serie de ventajas e inconvenientes.

Las principales ventajas son: son una herramienta muy útil para captar la atención de candidatos pasivos; ligada a la anterior, otra ventaja de esta herramienta es que existe más facilidad de que los candidatos que se inscriben o contactan con la empresa encajen con la cultura y los valores de la compañía; otra de las ventajas es que la organización decide qué información quiere proporcionar a los posibles candidatos, incluso antes de comenzar el proceso.

En cuanto a los inconvenientes de las webs corporativas podemos enumerar: por un lado, la efectividad de esta herramienta depende en gran parte, de la imagen de la empresa; por otro lado, otro inconveniente a tener en cuenta es la falta de respuesta por parte de las empresas hacia los candidatos en ciertas ocasiones, lo que provoca desconfianza de los candidatos ante la utilización de esta herramienta.

Según el “informe 2019.Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo” el 95% de los candidatos encuestados recurren a las webs corporativas de las empresas para buscar empleo. Por tanto, podemos afirmar que las webs corporativas son una herramienta eficiente en relación a la búsqueda de empleo y al reclutamiento de candidatos potenciales.

## **2. Portales de empleo.**

Los portales de empleo son definidos como sitios web que funcionan como intermediarios entre las empresas y los candidatos para iniciar una relación laboral.



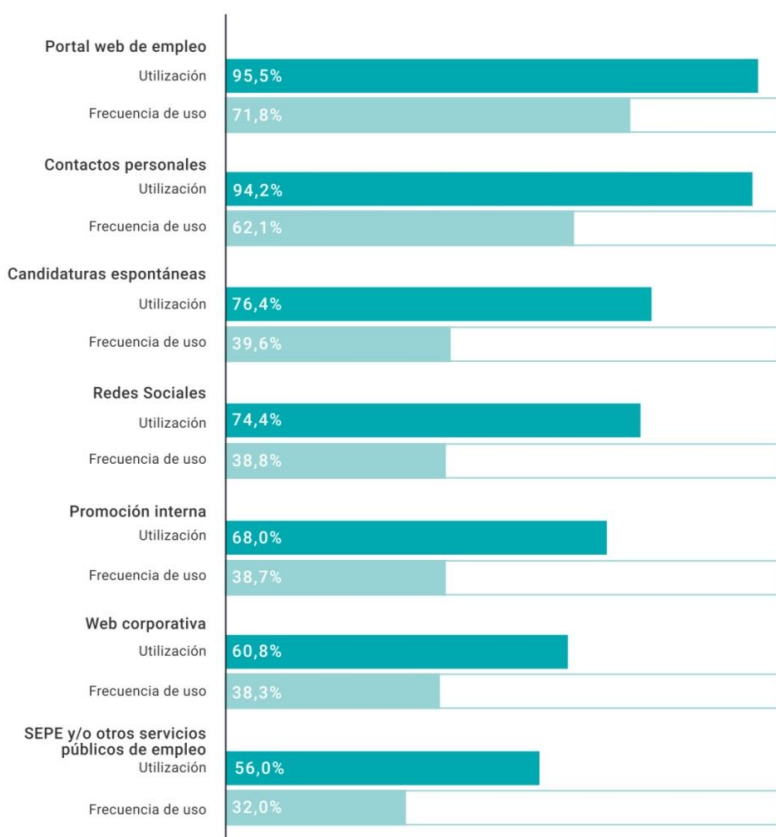
El procedimiento que se lleva a cabo al utilizar esta herramienta es: primero, las empresas publican a través de estos jobsites la oferta de empleo y después los candidatos se inscriben, depositan sus CV o sus candidaturas en dicha oferta.

En un primer lugar, la empresa deberá describir detalladamente la información acerca del puesto vacante y requisitos específicos para que así en los portales de empleo se realice una primera selección y presenten después a la empresa los candidatos que más se ajusten al perfil que están buscando. Así la empresa podrá llevar a cabo los siguientes pasos del proceso de selección.

Una característica importante a mencionar sobre los portales de empleo es que pueden ser tanto de pago como gratuitos, dependiendo del tipo de servicio que realicen para las empresas.

Según el informe Talento conectado (2019) los portales de empleo son la herramienta más utilizada por las empresas para reclutar candidatos.

### 2.3 ¿Qué herramientas de intermediación laboral utilizas/utilizáis para encontrar candidatos?



Fuente: (2019) Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo

Los portales de empleo o jobsites pueden ser generalistas o especializados.

- Portales de empleo generalistas.

Son aquellos que, como su propio nombre indica, no se especializan en ninguna actividad ni en un sector concreto.

Algunos de los portales de empleo generalistas más usados por las empresas son:

- *Infojobs.*

Es uno de los portales de empleo más conocidos por los candidatos. Infojobs cuenta con más de 20 años de experiencia, convirtiéndose en uno de los líderes en el sector del empleo en España.

- *Monster.*

Fue pionero en reclutamiento digital en 1994. Actualmente es líder en concertar personas y empresas a nivel mundial. Monster, con sede en Massachusetts (EEUU), opera en más de 40 países proporcionando sus servicios en relación a la búsqueda de empleo, reclutamiento y gestión del talento.

- *Infoempleo.*

Al igual que los Infojobs, Infoempleo es uno de los portales de empleo más utilizados en España. Este portal de empleo, cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector del empleo y la información, y tiene más de 6 millones de usuarios registrados y más de 80.000 clientes. Además de actuar como intermediario entre empresas y candidatos, Infoempleo realiza numerosos informes y publicaciones acerca del mercado laboral y el ámbito educativo.

- *Jobandtalent.*

Fue fundado en 2009 por Juan Urdiales y Felipe Navío. Cuenta con más de 10 millones de usuarios registrados y tiene presencia en 7 países (Reino Unido, Alemania, Suecia, Francia, México, Colombia y España).

- *Carrerbuilder.*

Siguiendo la línea de los anteriores portales de empleo, Carrerbuilder cuenta con más de 20 años de experiencia ayudando a millones de personas a

encontrar un empleo. Este portal de empleo cuenta con filiales en EEUU, Canadá, Europa y Asia.

- *Portales de empleo especializados.*

Los portales de empleo especializados son aquellos ubicados y centrados exclusivamente en un sector o actividad. Su funcionamiento es similar a los portales de empleo genéricos, con la diferencia de que ofrecen sus servicios profesionales de un mismo sector, por ejemplo: sanitario, educativo, financiero, etc.

Algunos ejemplos de portales de empleo especializados son:

- *Efinancialcareers.*

Es un portal de empleo líder en el sector financiero. Tiene presencia en más de 20 países por todo el mundo, y funcionan como intermediarios entre empresas y candidatos, ayudándoles a que encuentren las mejores oportunidades.

- *Turijobs.*

Es un portal de empleo y formación especializado en los sectores de turismo y hostelería.

Desde 2017, Turijobs forma parte del grupo YOURCAREERGROUP. Este portal de empleo no trabaja sólo a nivel nacional, sino que también opera a nivel internacional en Portugal, México y Brasil.

- *Educajob.*

Es un portal de empleo especializado en el sector educativo y de formación. Educajob opera sólo a nivel nacional y tiene su sede en Zaragoza.

### **3.Redes sociales.**

Según la RAE, una red social es definida como “servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que éstos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que puedan interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo

que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo”.

Ante la necesidad de comunicación de las personas en la actualidad, las redes sociales forman, cada vez más, parte de nuestras vidas, incluso en las empresas.

El hecho de que una empresa tenga presencia en redes sociales ayuda a darles publicidad y a crear una buena imagen de marca, así como a atraer un gran número de candidatos potenciales.

El uso de redes sociales incrementa notoriamente con el paso de los años, añadiéndose nuevos usos para éstas. Las redes sociales utilizadas como herramienta profesional son una realidad cada vez más presente tanto para empresas como para candidatos.

Con la utilización de las redes sociales para reclutar y seleccionar personas no se pretende sustituir los métodos tradicionales, pero según Rojas Aguado, si que serán un medio determinante para encontrar candidatos, acorde al perfil buscado, por lo que su uso se irá integrando gradualmente en las empresas, aportando un valor añadido en los procesos de reclutamiento y selección.

El uso de redes sociales está ligado a las tecnologías, por lo tanto, existe una clara segmentación de edad en su uso desde una perspectiva profesional. Los perfiles profesionales que más visibilidad tienen en redes sociales para buscar un empleo están comprendidos en una franja entre los 23 y los 50 años de edad, los adolescentes menores de 23, aún no están preocupados por encontrar un empleo y los mayores de 50 no están tan familiarizados con las tecnologías, lo que provoca desconfianza por su parte en el uso de redes sociales para encontrar un empleo (todo ello hablando en términos generales)

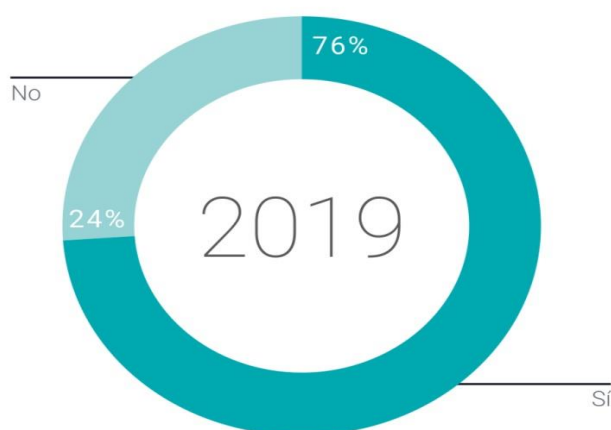
Fuente: (2019) Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo

Maravillas Rojo, antigua secretaria general de Empleo del Ministerio de Trabajo, afirma que “las redes sociales son claves para buscar empleo e, incluso, están desplazando a los portales de empleo en la selección de personal”.

Un ejemplo de esta afirmación, es la alianza en el año 2011 entre el portal de empleo Monster y una de las redes sociales más importantes en el mundo, Facebook.

Tras esta alianza se ha creado BeKnown™, que permite crear una red de usuarios profesionales desde la misma página de Facebook.

#### 2.4 Profesionales de RRHH que utilizan las redes sociales para buscar candidatos



Es a partir de este momento cuando Facebook comienza a hacer competencia a LinkedIn incluyendo servicios profesionales y de networking para todos sus usuarios.

Fuente: (2019) Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo

En este gráfico se muestra que un 76% de profesionales de RRHH utilizan redes sociales para buscar candidatos. Por lo tanto, podemos decir que las redes sociales son una herramienta fuerte y eficaz en términos de reclutamiento y selección.

El uso de redes sociales, al igual que cualquier otra herramienta, presenta una serie de ventajas e inconvenientes:

<b>VENTAJAS</b>	<b>INCONVENIENTES</b>
-Permiten a las empresas darse a conocer, y sin apenas inversión.	-El que la empresa consiga crear una amplia lista de contactos con lleva bastante tiempo.
-Gran cantidad de información tanto de la empresa como de los candidatos	-En redes sociales suele publicarse mucha información personal de los usuarios, lo que en ciertas ocasiones provoca desconfianza.
-Posibilidad por parte de las empresas de atraer a atención de candidatos pasivos.	-Presencia de mentiras en la red acerca del perfil de algunos candidatos.
-Pequeñas empresas pueden entrar a competir con grandes empresas buscando a los mejores profesionales.	

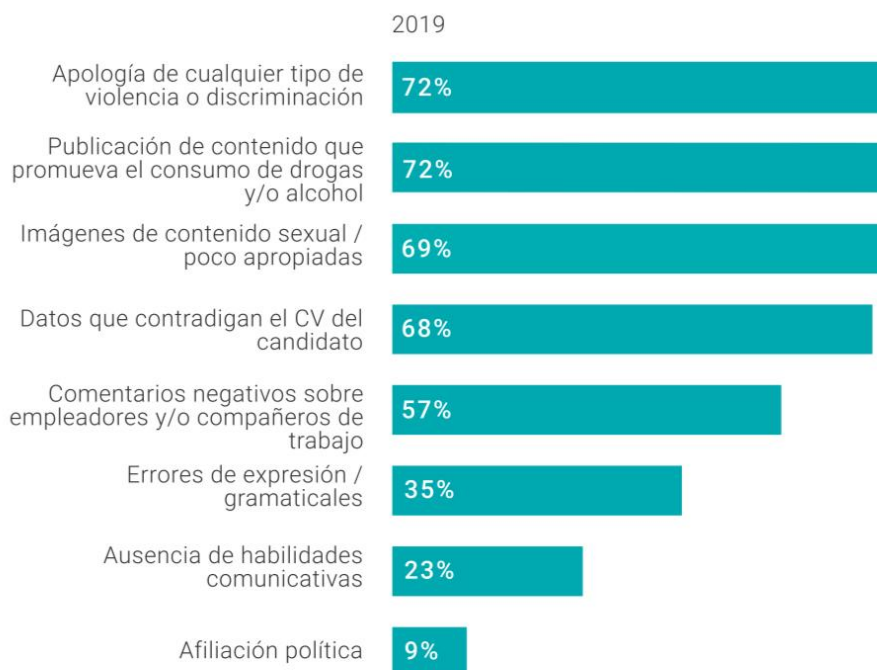
Algunas empresas visitan los perfiles personales de los candidatos en redes sociales, lo cual puede influir en la decisión de contratación.

Según el informe Talento conectado (2019), “el 81% de las organizaciones reconocen consultar las redes sociales de los profesionales preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.

Las empresas que suelen observar los perfiles personales de los candidatos en redes sociales suelen ser las pymes, aunque no significa que grandes empresas lleven a cabo esta práctica para conocer mejor a los candidatos potenciales, establecer un primer contacto, o verificar cierta información.

Un motivo de rechazo de algún candidato después de visitar su perfil en redes sociales puede ser la forma de comunicación y la forma de expresarse o también, la publicación de cierto contenido inadecuado.

En el gráfico siguiente se muestran algunos motivos de rechazo de profesionales por parte de las empresas.



Fuente: (2019) Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo

Al igual que 'existen razones de rechazo de candidatos tras visualizar sus perfiles en redes sociales también puede ocurrir lo contrario, que se muestren evidencia o razones que tengan un impacto positivo en la imagen de los reclutadores sobre los candidatos, como pueden ser: que observen ciertas razones por las que creen que el candidato tendrá un buen encaje cultural dentro de la compañía, que tenga buenas habilidades comunicativas, que puedan observar ciertas habilidades creativas del candidato, que aprecien cierto nivel de idiomas, o simplemente, que el reclutador obtenga una imagen positiva a nivel general del candidato.

Según el informe Talento conectado (2019), los principales objetivos de las empresas al utilizar las redes sociales como herramienta de reclutamiento son:

- Recibir un mayor número de CVs (47%).
- Mejorar la calidad de los CVs que reciben (45%).
- Diversificar los canales de reclutamiento (45%).

- Reducir el tiempo del proceso de selección (41%).
- Reducir el presupuesto del proceso de selección (29%).

La red social por excelencia que utilizan las empresas para buscar candidatos en LinkedIn (más adelante indagaremos sobre ella) seguida de Facebook, Twitter e Instagram.

## **5. PRINCIPALES REDES SOCIALES PARA EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

### **5.1 Redes sociales profesionales: LinkedIn**

LinkedIn es considerada la red social profesional más potente en todo el mundo. Cuenta con más de 645 millones de usuarios registrados y tiene presencia en más de 200 países. Además, está disponible en 24 idiomas diferentes, lo que permite la interacción y conexión de profesionales alrededor de todo el mundo.

Actualmente es prácticamente necesario que los profesionales cuenten con un perfil en LinkedIn, aunque estén en búsqueda activa de empleo o no. De hecho, esta red social tiene un uso más orientado al networking y a crear una buena marca profesional, buscando y generando nuevas oportunidades, que simplemente a la búsqueda de empleo.

LinkedIn fue creada por el estadounidense Reid Hoffman en 2002, pero no fue oficialmente lanzada hasta el 5 de mayo de 2003. La sede central de esta red social profesional está ubicada California (EEUU), y cuenta con 9 oficinas en Estados Unidos y 23 oficinas distribuidas por el resto del mundo.

Ryan Roslansky es el nuevo CEO de LinkedIn desde el 1 de junio de 2020, ocupando el puesto de Jeff Weiner, CEO de la compañía desde el año 2009.

En el año 2016, Microsoft compra LinkedIn, beneficiándose ambas plataformas de dicha fusión, consiguiendo más fuerza y una mayor ventaja competitiva, uniendo a la principal nube profesional del mundo y la principal red profesional del mundo.



*Visión-* “Crear oportunidades económicas para cada miembro del mercado laboral global gracias al desarrollo continuo del primer gráfico económico del mundo”.

*Misión-* “Conectar a profesionales de todo el mundo para ayudarles a ser más productivos y alcanzar todas sus metas laborales.”

Es importante tanto para las empresas como para los candidatos tener un buen perfil en LinkedIn, y que ese perfil esté siempre actualizado.

Desde el punto de vista de las empresas, la creación de un perfil corporativo en LinkedIn o una página de empresa ayuda mejorar y a fortalecer su imagen de marca y a aumentar su visibilidad. Además, permite a las organizaciones difundir ofertas de empleo, crear una potente red de contactos, así como compartir noticias sobre la empresa para darse a conocer y desarrollar el employer branding.

Una página de empresa en LinkedIn también ayuda a generar oportunidades para la organización y permite llegar a un público específico gracias a las opciones de segmentación que ofrece esta red social.

LinkedIn ofrece a sus usuarios una cuenta básica gratuita en la que podrán:

- Crear su perfil personal o su página de empresa.
- Crear una amplia red de contactos profesionales.
- Solicitar y proporcionar recomendaciones.
- Buscar y visitar los perfiles de otros usuarios de LinkedIn.
- Contactar a través de InMail, una herramienta de mensajes que proporciona LinkedIn en su plataforma.
- Guardar hasta un número máximo de tres búsquedas y recibir alertas semanales sobre esas búsquedas guardadas.

En cuanto al servicio de pago, LinkedIn ofrece diferentes tipos de cuentas Premium dependiendo del uso que los usuarios le quieran dar. Los planes de suscripción Premium que ofrece LinkedIn son los siguientes:

- *Premium Career.* Esta herramienta está orientada a los usuarios que buscan un empleo, y les ayuda a destacar frente a otros usuarios que también están en búsqueda activa de empleo.
- *Sales Navigator.* Esta cuenta Premium permite a los usuarios encontrar mejores oportunidades de ventas, ayudando a encontrar y a relacionarse con posibles clientes, y proporcionando información sobre su mercado objetivo. Algunas de las funcionalidades de esta cuenta Premium son: búsqueda avanzada de contactos, recomendaciones de posibles clientes y contactos guardados, interfaz de ventas independiente, listas personalizadas de posibles clientes y cuentas, alertas e información y cursos en vídeo en línea.
- *Recruiter Lite.* Ayuda a los reclutadores a encontrar a los mejores candidatos a través de un mecanismo de búsqueda avanzada con filtros exclusivamente diseñados para la selección de personal, sugerencias inteligentes, visualización ilimitada de perfiles, seguimiento automático de candidatos y un diseño específico con funciones exclusivas para la selección de personal.
- *Premium Business.* Esta herramienta ayuda a las empresas a obtener información detallada para mejorar y ampliar su negocio a través de funcionalidades como: información detallada sobre negocios y tendencias actuales, cursos en vídeo en línea para adquirir aptitudes y técnicas empresariales, visualización ilimitada de perfiles, posibilidad de ver quien ha visto su perfil e información sobre carreras.
- *LinkedIn Learning.* Esta herramienta ayuda a los usuarios a mejorar sus aptitudes actuales, así como aprender otras nuevas a través de los cursos que ofrece, orientados a cada perfil del usuario.

Las funcionalidades generales que ofrecen todos estos tipos de cuentas Premium son: la posibilidad de enviar Inmails para contactar con otros usuarios; la posibilidad de ver quien ha visitado su perfil en los últimos 90 días; la función de búsqueda avanzada, con un gran número de filtros que permite realizar una búsqueda segmentada y más eficaz.

Una de las ventajas que ofrece LinkedIn frente al resto de redes sociales, es que es la única red social en la cual se pueden subir archivos en formato pdf o Word, como por ejemplo títulos, cartas de recomendación y sobretodo, los CV.

El reclutamiento de candidatos potenciales a través de LinkedIn es un método de gran eficacia gracias a las características de su motor de búsqueda y de una gran cantidad de filtros que permiten encontrar más fácilmente el talento que las empresas están buscando.

LinkedIn no es la única red social profesional presente en el mundo, pero sí es la más importante y no tiene rival.

A LinkedIn le sigue Viadeo, una red social profesional con más de 50 millones de usuarios en todo el mundo. Esta red social es creada para ayudar a los profesionales a buscar nuevas oportunidades y a crear una red de contactos profesionales. Viadeo tiene su sede en París, y cuenta con más de 400 empleados distribuidos entre sus diferentes filiales en Estados Unidos, Países Bajos, Rusia, México, Marruecos, India, Senegal, Italia, China y España.

## **5.2 Redes sociales personales.**

### **5.2.1 FACEBOOK**

Facebook es una de las redes sociales más potentes del mundo ya que cuenta con casi 3.000 millones de usuarios que utilizan esta red social para participar en grupos de interés, compartir contenido, enviar mensajes, hacer anuncios, etc.

Esta red social tal y como se conoce actualmente fue creada por Mark Zuckerberg en el año 2005.

Cada vez son más las empresas que utilizan Facebook como una herramienta de trabajo, por ejemplo, en el proceso de reclutamiento y selección, para difundir ofertas de empleo, darse a conocer o conseguir información acerca de los candidatos.

El usuario puede registrarse en Facebook creándose un perfil personal o una página, más orientado a profesionales y empresas.

### *Diferencias entre un Perfil Personal y una Página en Facebook*

	<b>Perfil Personal</b>	<b>Página</b>
Tipo de uso	Uso personal	Uso profesional
Usuarios	Llamados “amigos”	Llamados “seguidores”
Cantidad de amigos/seguidores	Limitada	Ilimitada
Opciones de personalización	Básica (avatar y capa)	Avanzada (avatar, capa, CTA's y plug-ins)
Mensajes	A nivel individual	Permite la opción de envío de mensajes en masa
Estadísticas	No ofrece ninguna	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ofrece estadísticas en Facebook Insights.</li><li>- Posee pestañas especiales.</li><li>- Permite crear anuncios a partir de Facebook Ads.</li></ul>

Por tanto, una página de Facebook ayuda a empresas, marcas, organizaciones sin ánimo de lucro, artista y personajes público a dar publicidad y establecer relaciones con el resto de usuarios.

También es importante mencionar la existencia de los grupos de Facebook, un lugar donde intercambiar opiniones sobre un tema o un interés común. Se puede configurar la privacidad del grupo de Facebook, dependiendo del uso que se le quiera dar a dicho grupo. Hace no mucho tiempo, Facebook creó en su plataforma una sección dedicada exclusivamente a ofertas de empleo. Las empresas crean las ofertas de empleo desde sus páginas profesionales y los usuarios que estén en búsqueda activa de empleo podán acceder a estas

ofertas a través de esta nueva sección y rellenar la solicitud desde el mismo sitio.

**Empleos en Facebook**

**UBICACIÓN**  
Madrid, Comunidad de Madrid (64 km) [Cambiar](#)

**SECTOR**

- Agencia consultora
- Servicio empresarial
- Salud/belleza
- Peluquería
- Producto/servicio
- Servicio de ingeniería
- Servicio de limpieza
- Restaurante
- Comunidad
- Sitio web de noticias y medios de comunicación

**TIPO DE EMPLEO**

- Jornada completa
- Media jornada
- Pasantía

**Empleandonos**  
Comunidad



**Empleado/a**  
Jornada completa · €1.312 por mes  
Comunidad de Madrid

Mercadona, empresa líder en el sector de la alimentación precisa incorporar a personal en su plantilla para uno de sus supermercados distribuidos por la geografía española.

**Workout Events**  
Evento

## 5.2.2 TWITTER.

permite que lleguen a un gran número de personas. Twitter es una de las redes sociales más utilizadas en todo el mundo, que cuenta con más de 340 millones de usuarios. Esta red social sirve para la comunicación entre usuarios y además se ha convertido en un portal de noticias y tendencias.

El funcionamiento de twitter se basa en la publicación de textos de hasta un máximo de 280 caracteres (originalmente 140) llamados “tweets” en los cuales puedes añadir enlaces, encuestas, vídeos e imágenes.

Twitter fue creada por Jack Dorsey en 2006, en San Francisco (EEUU) y con el tiempo ha ido incorporando nuevas utilidades y consiguiendo cada año un mayor número de usuarios registrados hasta convertirse en una de las redes sociales más conocidas a nivel mundial.

A nivel empresarial, cada vez son más las compañías que integran esta red social en su área de negocio ya que les permite crear oportunidades de venta a través de la publicación de en Twitter Ads de manera totalmente gratuita,

conectar con nuevos seguidores que pueden llegar a ser posibles clientes, ampliar su cartera de proveedores, mejorar su imagen de marca y su reputación online, conseguir información a tiempo real, proporcionar información a sus seguidores acerca de nuevas noticias de la empresa, etc.

Otro de los usos de Twitter para las empresas es el reclutamiento de candidatos potenciales. Existen diferentes formas o uso de twitter para el reclutamiento y selección en las empresas:

- Publicar en Twitter información acerca de la empresa ayuda a mejorar su imagen de marca y así conseguir llamar la atención de candidatos potenciales y que tengan la imagen de que su compañía es un buen lugar para trabajar.
- Permite recopilar información acerca de los candidatos, así como la posibilidad de acceder a candidatos pasivos.
- Al igual que en Facebook, en Twitter existe la posibilidad de publicar ofertas de empleo, las cuales se difunden de manera muy amplia y se consigue que lleguen a un gran número de personas.

*Ejemplo de publicación de una oferta de empleo en Twitter*



## 6. CASO PRÁCTICO

El caso práctico de este trabajo se basa principalmente en realizar una comparación acerca del uso de redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección entre una gran empresa y una pyme.

Desgraciadamente, en la práctica son pocas las pymes que utilizan un método online para las tareas de reclutamiento y selección, muchas de ellas todavía prefieren utilizar los métodos tradicionales, tal vez por desconocimiento de las ventajas que supone utilizar estas herramientas 2.0 para el reclutamiento. No obstante, estamos ante un proceso de evolución y de cambio por lo que poco a poco estas empresas irán implementando estas nuevas herramientas para adaptarse al nuevo entorno del mercado de trabajo.

Las empresas que han respondido a este cuestionario, participando así, en la elaboración del caso práctico son:

➤ MARS.

Mars es una empresa familiar que fundada en 1920 por Franklin Clarence Mars, en Minnesota. Con el paso de los años esta compañía ha ido evolucionando y creciendo hasta convertirse en una gran empresa conocida por todo el mundo, pero sin olvidar nunca los valores de la familia Mars. Esta empresa fabrica y vende una enorme cantidad de productos, divididos en dos secciones principales: por un lado, una sección dedicada a alimentos, sobretodo dulces, donde podemos encontrar marcas como Milky Way, M&M's, Skittles, y orbit entre muchas otras; por otro lado Mars se dedica también a fabricar alimentos para mascotas, donde podemos encontrar marcas como Royal Canin, y Whiskas entre otras.

Un aspecto a destacar sobre esta empresa es que ha sido reconocida durante varios años consecutivos, como la mejor empresa para trabajar dentro del ranking de "Best Workplaces" que realiza la consultora Great Place to Work.

➤ EUROFIMS.

Eurofims es una empresa especializada en recursos humanos que fue fundada desde hace más de 25 años. Fue considerada la primera empresa nacional de recursos humanos y tiene presencia en España y en Portugal con más de 130 delegaciones. Eurofims cuenta con más de 1000 empleados.

Además Eurofims, fue considerada una de las mejores compañías para trabajar, al igual que Mars, tal y como determina cada año, la consultora Great Place to Work.

➤ METALIMPEX.

Bonne Comenor Metalimpex es una empresa especializada en reciclaje y valoración de residuos metálicos, creada en 1899 en la región francesa Hauts-de-France. Hoy en día y desde el año 2008, esta empresa pertenece al grupo Suez, y es muy reconocida tanto a nivel nacional como internacional.

Metalimpex, cuenta con más de 15 filiales presentes en 5 continentes y trabaja para las empresas automovilísticas más reconocidas en el mundo, como Renault, Nissan, Ford y Citroën entre muchas otras.

➤ ASTI MOBILE ROBOTICS.

Asti es una empresa familiar especializada en fabricación de robots móviles, fundada en 1982 por los padres de la actual CEO de la compañía Verónica Pascual. A pesar de ser considerada una pyme, Asti cuenta con sedes en España, Francia, Alemania y EEUU y con clientes de 17 países diferentes.

➤ JUGUETECAS VALLADOLID.

Juguotecas Valladolid, se creó en 1994 por María Modroño, actualmente directora general de esta pequeña empresa familiar, aunque pertenece a un grupo llamado Jugueterías técnicas agrupadas A.I.E. En este trabajo nos centramos sólo en Juguotecas Valladolid.

Esta empresa tiene actualmente dos tiendas en la localidad de Valladolid y cuenta con 4 empleados.

➤ MONEDERO.



Monedero es una empresa familiar creada hace más de 125 años, dedicada actualmente a venta de moda íntima tanto de hombre como de mujer, además de otros tipos de prendas o productos como pijamas, bañadores, lanas, etc.

Actualmente Monedero cuenta con 9 tiendas distribuidas por la localidad de Valladolid.

El cuestionario se basa principalmente en 10 preguntas, orientadas al uso de redes sociales y su nivel de importancia en las empresas.

Las preguntas realizadas a las empresas son las siguientes:

- Pregunta 1.

*¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos? ¿Por qué?*

La respuesta a esta pregunta es común tanto para grandes empresas como para pymes. Todas coinciden en que sí que lo son, y la principal razón que exponen es que las redes sociales permiten llegar a un gran número de candidatos.

Además, exponen que las redes sociales son una buena herramienta para mejorar la marca de empresa y darse a conocer.

- Pregunta 2.

*¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (Si es posible, enumerar mínimo 3).*

La respuesta a esta pregunta es indudable, tanto para grandes empresas como para pymes, LinkedIn.

La mayoría de empresas coinciden en el uso de LinkedIn como principal red social para el reclutamiento y selección, ayudándose además de portales de empleo, en concreto infojobs.

No obstante, algunas de las grandes empresas utilizan otras redes sociales como complemento a LinkedIn, por ejemplo, Twitter, Facebook o Instagram.

- Pregunta 3.

*¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?*

Las ventajas comunes a las respuestas de las empresas encuestadas, son principalmente la rapidez y la inmediatez.

Las pymes además creen que el reclutamiento a través de redes sociales ayuda a mejorar su imagen corporativa.

- Pregunta 4.

*¿Utiliza las redes sociales para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales según su categoría, busca a través de redes sociales?*

En esta pregunta podemos ver diferentes enfoques: las grandes empresas utilizan las redes sociales para reclutar profesionales sobre todo para puestos de alta cualificación, técnicos, mandos intermedios y directivos; en cambio, las pymes utilizan las redes sociales para reclutar todo tipo de candidatos, independientemente de su categoría profesional.

- Pregunta 5.

*A la hora de seleccionar candidatos. ¿Consulta su perfil en redes sociales?*

Todas las empresas ya sean grandes o pymes consultan siempre los perfiles de los candidatos en LinkedIn (en caso de que los tuvieran). Aunque a veces, y sobre todo las grandes empresas, visualizan a mayores los perfiles de los candidatos en otras redes sociales como Facebook o Instagram.

- Pregunta 6.

*¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?*

Las grandes empresas que han sido encuestadas llevan utilizando esta herramienta desde hace alrededor de unos 7 años o más. En cambio, las pymes llevan incorporando esta herramienta en sus procesos de reclutamiento y selección desde hace uno 3 o 4 años.

Por tanto, las grandes empresas tienen una mayor experiencia en esta práctica de utilización de redes sociales para el reclutamiento.

- Pregunta 7.

*Ordene de menos a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo y redes sociales.*

Dando respuesta a esta pregunta la mayoría de empresas coinciden en que las redes sociales son la herramienta más importante y que más usan en su compañía como herramienta de reclutamiento 2.0, a excepción de algunas que posicionan en el puesto de mayor importancia y uso los portales de empleo.

Todas las respuestas coinciden en que las webs corporativas son la herramienta de menor uso en términos de reclutamiento y selección.

- **Pregunta 8.**

*¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?*

Dando respuesta a esta pregunta si que se puede ver una clara distinción entre grandes empresas y pymes. Las grandes empresas consultan las redes sociales a diario tanto como para reclutamiento como para employer branding, ver tendencias, etc.

En cambio, las pymes visitan o utilizan las redes sociales con menor frecuencia, normalmente de manera puntual cuando existe la necesidad o semanalmente.

- **Pregunta 9.**

*¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?*

Todas las empresas han respondido que sí, sin distinción entre grandes empresa o pymes.

Las principales razones por las que ha aumentado el uso de esta herramienta en las organizaciones son: atracción de talento, networking entre empresas, mejorar la imagen de marca, etc.

- **Pregunta 10.**

*¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?*

Todas las empresas encuestadas, ya sean grandes empresas o pymes coinciden en que LinkedIn es la red social más potente para el reclutamiento y la selección.

La razón en la que más coinciden las empresas a la hora de responder a esta pregunta es que LinkedIn es una red social exclusivamente profesional a diferencia de otras posibles redes sociales que se utilizan.

## **7.CONCLUSIONES**

Las principales conclusiones acerca del reclutamiento 2.0 que se han detectado tras la elaboración de este trabajo son las siguientes:

A modo de resumen, la principal conclusión a mencionar es que tanto en el trabajo de campo como en el caso práctico, LinkedIn aparece como la red social más potente y más utilizada por las empresas para llevar a cabo procesos de reclutamiento y selección.

No obstante, esta red social tiene más usos a mayores del mencionado anteriormente. Por ello, la segunda conclusión que cabe mencionar es que las empresas utilizan LinkedIn y el resto de redes sociales para mejorar su imagen de marca y su employer branding. Actualmente el conocimiento acerca de las empresas es uno de los retos principales para las compañías que quieren adaptarse al nuevo entorno que presenta el mercado laboral.

La tercera conclusión es que el nuevo entorno laboral que se nos presenta obliga tanto a empresas como a profesionales a adaptarse y a empezar a utilizar las nuevas herramientas que presenta la web 2.0, 3.0 y 4.0. Actualmente y sobre todo hace unos años las empresas que utilizan estas herramientas 2.0 en el desarrollo de su actividad habían creado una ventaja competitiva frente al resto de organizaciones, pero cada vez más son las empresas que se están viendo obligadas a incorporar estas nuevas herramientas en su actividad diaria y en su estrategia ya que si no lo hacen, es muy probable que se llegue a estancamiento de la compañía o incluso, a su desaparición.

Por último como cuarta y última conclusión relativa al reclutamiento y la selección en las empresas, no hay que olvidarse de los métodos tradicionales, pero sí complementar el proceso con los nuevos métodos y herramientas que

se nos presentan aprovechando las numerosas ventajas que ofrecen. Ligada a la conclusión anterior es importante interiorizar e implementar las nuevas herramientas de reclutamiento y selección, adaptándolas a cada empresa y a sus objetivos y así llevar a cabo de una forma más eficiente los procesos de reclutamiento y selección. Apostar únicamente por los métodos de reclutamiento tradicionales dejará de ser una opción para las organizaciones en pocos años.

## 8. BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA

- Atalaya Pisco, M. (2001). Nuevos enfoques en selección de personal. Revista de investigación en psicología, Vol.4, Nº2.
- Bretones, F.D. y Rodríguez, A. (2008). Reclutamiento y selección de personal y acogida. Delgado, Recursos Humanos. Madrid: Pirámide. Pp 101-134.
- Chiavenato, I (2011): "Administración de Recursos Humanos: El capital humano en las organizaciones". 9a edición en Castellano. McGrawHill. México.
- Costa Sánchez, C. Corbacho-Valencia, JM. (2015). LinkedIn para seleccionar y captar talento. Revista de investigación social. ISSN 1989-3469.
- Dolan, S. Valle Cabrera, R. Jackson, S.E. Schuler, R.S. (2007). La gestión de los recursos humanos. *Cómo atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*. 3ª edición. Mc Graw Hill.
- García Castro, PE. Gatica Barrientos, ML. Cruz Sosa, ER. Luis Gatica, K. Vargas Hernández, R. Hernández García, J. Ramos Velázquez VA. Macías

Díaz, DM. Procesos de reclutamiento y las redes sociales. Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo. ISSN 2007- 7467.

- Giacomelli Treviño, R. (2009). Las tecnologías de información y su aplicabilidad en el proceso de reclutamiento y selección. Daena: International Journal of Good Conscience. 4 (2). Pp. 53-96. ISSN 1870-557X.
- Guelbenzu, J. y Sol, Jaime. (2019). Talento conectado. Nuevas realidades en el mercado de trabajo.
- Gulbenzu, J. Vázquez, I. (2016). Informe infoempleo-adecco. Redes sociales y mercado de trabajo.
- Hernández Díaz, LH. Liquidano Rodríguez, M<sup>a</sup>C. Silva Olvera, M<sup>a</sup>A. (2014). Reclutamiento y selección a través de ñas redes sociales, Facebook y LinkedIn (análisis preliminar). Revista OIKOS N<sup>o</sup>38. ISSN 1017-327X. pp 37- 61.
- Juan Ginner, G. (2017). Redes sociales, imprescindibles en el reclutamiento. Escuela de negociosy dirección.Business Review. <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/rr-hh/redes-sociales-imprescindibles-en-el-reclutamiento>
- Morales, M.J. Bentabol, M.A. (2004). Nuevos procedimientos en el proceso empresarial de provisión de candidatos: El reclutamiento on line. Cuadernos de CC.EE y EE, N<sup>o</sup>47, pp 89-110.
- Nascimento Cassiano, C. Campos Lima, L. Dos santos Zuppani, T. (2016) A eficiencia das redes sociais em processos de recrutamento organizacional.

ISSN 2237-4558.

- Pascual, R (2009). "Es posible que Trabajo elimine los recursos para políticas activas. Cinco días, 32.
- Peiró, J.M. (1986): La incorporación de los individuos como miembros de la organización. En J.M.Peiró: Psicología de la organización. Madrid: UNED.
- Pin Arboledas, JR. Suárez Ruz, E. Gallifa de Irujo, A (2011). Desafíos de la dirección de personas en la cultura 2.0: impacto del mundo 2.0 sobre Recursos Humanos y aspectos legales-laborales. IESE business school. universidad de navarra.
- Potente Mascetti, M. (2015) La evolución del departamento de recursos humanos.  
<http://www.rrhhdigital.com/editorial/110751/La-evolucion-del-departamento-de-Recursos-Humanos>
- Ruiz Valdés, S. y Ruiz Tapia, J.A. (2018). Propuesta de reclutamiento 2.0 como ventaja competitiva para la contratación de talento humano en las organizaciones. Revista de Formación de Recursos Humanos. Vol.4.Nº 12, pp 5-14.
- SULLIVAN, I.(2011). Recruiting via social media? Be honest, direct. Canadian HR Reporter Tomo 24 (17). ISSN: 0838228X.
- Vicknair, J. Elkersh, D. Yancey, K. y Budden, M. (2010). The use of social networking websites as a recruiting tool for employers. American Journal of Business Education. Volume 3, Number 11.
- <https://www.astimobilerobotics.com/>
- <https://www.educajob.com/>
- <https://www.efinancialcareers.com/>

- <https://es-es.facebook.com>
- <https://esp.mars.com>
- <https://es.viadeo.com/es>
- <https://www.eurofirms.es/>
- <https://hiring.careerbuilder.com/company/about-us>
- <https://www.iberdrola.com/talento/generacion-x-y-z>
- <https://www.infoempleo.com/>
- <https://www.infojobs.net/>
- <https://www.jobandtalent.com/>
- <https://www.linkedin.com>
- <https://www.metalimpexgroup.com/>
- <https://www.monster.com/>
- <https://www.turijobs.com/>
- <https://twitter.com>

## **9.ANEXOS**

### **ANEXO I. Cuestionario a Mars.**

#### **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una



comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.

**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?.**

Sí lo son, pero no siempre y no las únicas.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

Linkedin en ocasiones

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?.**

Dependiendo del scope de la posición puede funcionar o no, a más scope mejor para dar visibilidad y conectar. De cara a los headhunters es una herramienta muy potente. No para posiciones muy de base.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

De técnicos y managers hacia arriba sí, mas bajo no.

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

Si siempre.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

Mis headhunters desde hace años.

**PREGUNTA 7. Ordene de menos a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

Cada cosa es importante paralo que se busca, no puedo darle una prioridad pues se utilizan con focos diferentes.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?.**

Semanalmente

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?.**

Si, mayor conexión y network

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?.**

Muy buena opción

Muchas gracias por su colaboración

## **ANEXO II. Cuestionario a Metalimpex.**

### **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.

**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?**

Sin duda, es una manera de conocer a más candidatos. Como puedes usar los filtros, puedes afinar en la búsqueda del candidato dial.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

LinkedIn, Infojobs.

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?**

La principal ventaja considero que es que puedes acotar mucho la búsqueda a través de los diferentes filtros

El principal inconveniente es que puede apuntarse gente a las ofertas que no terminan de encajar al 100% en los requisitos de la oferta.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

Pues depende de la cualificación:

- Poca cualificación: Portales de empleo, milanuncios
- Puestos oficina, intermedios: LinkedIn, infojobs
- Puestos directivos: headhunter

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

No, la única red que consulto es LinkedIn.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

Desde siempre. Más de 5 años.

**PREGUNTA 7. Ordene de menor a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

1. Portales de empleo
2. Redes sociales
3. Webs corporativas

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?**

Todos los días. Para recomendar publicaciones de central, ver tendencias, recomendaciones.

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?**

Si, ha aumentado. La tendencia de las empresas es linkar la actividad profesional con parte de las actitudes personales de los trabajadores así como facilitar el networking entre empresas

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?.**

Es una red social muy útil para profesionales. Sirve para conocer a los candidatos así como su red de contactos y su experiencia.

Muchas gracias por su colaboración

**ANEXO III. Cuestionario a eurofims.**

## **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.

**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?**

Sí creo que es una buena herramienta para que conozcan nuestra marca de empresa y atraer su talento y contar con ellos en los procesos de selección.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

Linkedin

Twitter

Instagram

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?.**

La principal ventaja es la accesibilidad, inmediatez y rapidez en el acceso a personas. Con un solo click ya estás en contacto e intercambiando conversaciones.

El inconveniente puede ser la falta de transparencia en el perfil, que se puede “engañar” en las experiencias y que además al tener tanta visibilidad es fácil que se puede cometer un error y que tu imagen se vea dañada.

El alcance de la red social es muy alto y el impacto que genera también lo es, pudiendo generar tanto un impacto positivo como negativo.

Otro inconveniente es la despersonalización, ya que al ser todo vía online se pierde la esencia del proceso y del tú a tú.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

Utilizo LinkedIn para perfiles cualificados, como perfiles técnicos, mandos intermedios y directivos. También para perfiles que se requieren idiomas o formaciones especializadas muy técnicas (IT)

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

Para perfiles técnicos y directivos suelo consultar su perfil de LinkedIn. Para perfiles menos cualificados suelo ver si tiene Facebook o Instagram.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

Desde hace más de 6 años, sobre todo LinkedIn. La herramienta de Twitter e Instagram lo hemos incorporado más tarde.

**PREGUNTA 7. Ordene de menor a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

- 1 Redes sociales
- 2 Portales de empleo
- 3 Web Corporativa

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?**

Utilizamos las redes sociales a diario. Tanto para hacer reclutamiento como para employer branding.

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?**

Sí, hemos trabajado las redes sociales tanto para la atracción de candidatos y reclutamiento. También para mejorar la imagen de marca de la compañía y ser más atractivos para candidatos y clientes.

Para generar contenido para candidatos y que se resulte más fácil la parte de atracción de candidatos por nuestra marca.

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?.**

Es una red útil para determinado tipo de perfiles y sectores. Sobre todo, para perfiles IT e industriales o perfiles con idiomas. También me parece una red interesante para obtener información de mercados laborales, situaciones actuales, tendencias y preferencias de clientes y candidatos.

Es una buena herramienta para estar conectados.

Muchas gracias por su colaboración

## **ANEXO IV. Cuestionario a Asti Mobile Robotics.**

### **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.

**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?.**

Sí, por las posibilidades que ofrece de llegar a más candidatos que utilizando sólo el canal offline.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

Linkedin, y algún portal de empleo.

Facebook no se utiliza para reclutamiento, sino más bien como herramienta de atracción de marca.

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?.**

Como principales ventajas, que cada vez que reclutas generas marca corporativa, la posibilidad de llegar a más gente y la inmediatez.

Como principal desventaja, la posibilidad de que muchos candidatos no estén interesados al 100% en la oferta, lo que supone una pérdida de tiempo.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

Cualquier tipo de puestos, independientemente de su categoría profesional.

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

No es una práctica habitual, como mucho LinkedIn.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

4 años

**PREGUNTA 7. Ordene de menos a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

1. Redes sociales
2. Webs corporativas
3. Portales de empleo.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?.**

En función del proceso de selección pero suelen visitarse de manera más puntual.

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?.**

Sí mucho. Porque es un canal que es el futuro y por la imagen de marca, que los candidatos vean la empresa y quieran trabajar en ella.

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?.**

La más potente que existe, tiene una comunidad muy grande y es exclusivamente profesional.

Muchas gracias por su colaboración

**ANEXO V. Cuestionario a Juguetecas.**

## **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.



**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?.**

Sí que lo son, en nuestra empresa le damos a las redes sociales otro uso, disponemos de una página de Facebook y una web corporativa pero la finalidad de estas herramientas es mejorar nuestra imagen de marca y darnos más a conocer.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

Portal de empleo infojobs.

En campaña de navidad que necesitamos más personal, sí que publicamos alguna oferta de empleo en nuestra página de Facebook.

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?.**

La principal ventaja es la posibilidad de llegar a un gran número de candidatos potenciales y permite crear una buena red de contactos.

El principal inconveniente es la posibilidad de los candidatos de mentir sobre sus perfiles en redes sociales.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

Cualquier tipo de puestos

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

Sí, no siempre pero normalmente sí que lo consultamos para verificar la información recogida en el cv.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

Unos 3 años más o menos.

**PREGUNTA 7. Ordene de menor a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

1. Redes sociales
2. Webs corporativas

3. Portales de empleo.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?**

Semanal o quincenalmente más o menos.

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?**

Sí por supuesto. Porque las empresas tienen que adaptarse a los nuevos momentos, y para ser más conocidos y mejorar nuestra imagen como empresa.

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?**

Es muy útil, sobre todo para crear una buena red de contactos.

Muchas gracias por su colaboración

#### **ANEXO VI. Cuestionario a Monedero.**

### **USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN**

En primer lugar, agradezco de antemano su disposición para contestar a las siguientes preguntas. El objetivo de este cuestionario es realizar una comparación entre una gran empresa y una pyme acerca del reclutamiento y selección a través de redes sociales.

No existe extensión máxima ni mínima de respuesta a las preguntas.

**PREGUNTA 1. ¿Considera que las redes sociales son una buena herramienta para atraer candidatos?**

Sí por supuesto que lo son, pero no para nuestro tipo de empresa, ya que no realizamos muchos procesos de selección habitualmente, pero sí estamos comenzando a utilizar las redes sociales para mejorar nuestra imagen de marca.

**PREGUNTA 2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas en su empresa para reclutar candidatos? (si es posible, enumerar mínimo 3).**

Como he mencionado anteriormente no utilizamos redes sociales para realizar tareas de reclutamiento y selección pero tenemos perfil en Facebook e Instagram.

**PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que es la principal ventaja del reclutamiento a través de redes sociales? ¿Y el principal inconveniente?.**

Importantísimo para mejorar la imagen de marca de la empresa y que a raíz de ellas se puede llegar a muchas personas.

El principal inconveniente es que es importante ser activos y actualizar nuestras redes sociales, cosa que en ocasiones, se puede descuidar este aspecto por algunas empresas.

**PREGUNTA 4. ¿Utiliza las para reclutar candidatos de cualquier categoría profesional? Si no es así, ¿qué tipo de profesionales, según su categoría, busca a través de redes sociales?**

No utilizamos para reclutar candidatos pero si lo hiciéramos, la respuesta sería para cualquier tipo de puesto.

**PREGUNTA 5. A la hora de seleccionar candidatos, ¿Consulta sus perfiles personales en redes sociales?**

Sí, está bien obtener información sobre el candidato que puede incorporarse a la empresa, y las redes sociales son la mejor herramienta para ello.

**PREGUNTA 6. ¿Desde hace cuánto tiempo lleva utilizando redes sociales como herramienta de reclutamiento y selección?**

2 años o así.

**PREGUNTA 7. Ordene de menor a mayor según la importancia y el uso en su compañía las siguientes herramientas de reclutamiento 2.0: webs corporativas, portales de empleo, y redes sociales.**

1. Redes sociales
2. Webs corporativas
3. Portales de empleo.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia visita o utiliza las redes sociales en su compañía?.**

Cada dos o tres días o semanalmente como máximo, como he mencionado antes, es importante estar actualizados.

**PREGUNTA 9. ¿En los últimos 5 años, ha aumentado su presencia en redes sociales? Si es así, ¿Por qué?.**

Sí, principalmente para adaptarnos al nuevo entorno en el que nos movemos, y evitar así un estancamiento de la empresa.

**PREGUNTA 10. ¿Qué piensa de LinkedIn como red social para el reclutamiento?.**

Buena red social para crear una buena red de contactos y para llegar a buenos profesionales.

Muchas gracias por su colaboración

