



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN A TRAVÉS DE REDES
SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES**

Trabajo Fin de Grado presentado por Coral García Rodríguez, siendo el tutor del mismo Gabriel Alfonso Cepeda Carrión.

Vº.Bº. Del Tutor:

Alumna:

D. Gabriel Alfonso Cepeda Carrión

Dª. Coral García Rodríguez

FECHA Sevilla. 29 de Mayo de 2017



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]**

TÍTULO:

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES

AUTOR:

CORAL GARCÍA RODRÍGUEZ

CORREO ELECTRÓNICO:

Coralgr23@hotmail.com

TUTOR:

Dº. GABRIEL ALFONSO CEPEDA CARRIÓN

DEPARTAMENTO:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MARKETING)

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN EJECUTIVO

En este trabajo de investigación nos hemos centrado en estudiar la utilización de las plataformas digitales y de las redes sociales como herramientas de reclutamiento y selección de personal. Cada vez son más los profesionales que optan por estas herramientas para sus procesos de afectación. Unos las usarán de forma complementaria a los medios tradicionales y otros las utilizarán de forma exclusiva. Tanto las plataformas digitales como las redes sociales son medios útiles y novedosos para buscar y seleccionar personal, ya que los profesionales ahorran mucho tiempo con este método, además de reducir el coste de la búsqueda de candidatos y expandir el área geográfica de dicha búsqueda, donde se tendrá la posibilidad de contactar con cualquier candidato sin importar el lugar donde se encuentre. Por otro lado, para dichos candidatos también es útil y rápido utilizar estas herramientas para buscar empleo, ya que sólo necesitan de un ordenador conectado a la red y saber dónde y cómo buscar. Además, al ser un entorno global, los candidatos pueden presentar su currículum y realizar entrevistas desde cualquier sitio geográfico y desde sus propias casas sin necesidad de desplazarse.

Es por las facilidades y las ventajas que ofrece el uso de redes sociales y plataformas digitales en el proceso de reclutamiento y selección por lo que hemos decidido realizar este TFG. Para ello hemos estudiado la forma tradicional del proceso de reclutamiento y selección y las nuevas herramientas que a lo largo de los años han ido apareciendo y se han ido incorporando a estos procesos. Nosotros nos hemos centrado en las redes sociales y en las plataformas digitales y hemos investigado sobre su uso en los procesos de reclutamiento y selección. En lo referido a las redes sociales, hemos obtenido que los profesionales sí que usan esta herramienta para la realización de sus procesos, aunque la utilizan de forma complementaria a otras herramientas tradicionales, además son las grandes empresas las que más incorporan estas herramientas en sus procesos. En cuanto a las plataformas digitales, están siendo empleadas tanto por las pequeñas como por las grandes empresas y multinacionales. Con el resultado de esta investigación, concluimos que aunque las redes sociales y plataformas digitales se están utilizando, aún no han adquirido todo el protagonismo en los procesos de reclutamiento y selección.

PALABRAS CLAVES

Plataforma digital; Reclutamiento 2.0; Selección; Redes Sociales; Video entrevista; Employer Branding; Personal Branding.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. REVISIÓN TEÓRICA.....	3

CAPITULO 1: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1.1 Reclutamiento y selección de personal: definición.....	3
1.2 Reclutamiento y selección: proceso bilateral.....	4
1.3 Reclutamiento y selección: proceso subjetivo.....	5
1.4 Fases del proceso de reclutamiento y selección de personal.....	6
1.5 Métodos y fuentes de reclutamiento.....	6
1.6 Técnicas de selección.....	8

CAPITULO 2: RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN DE PERSONAL Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACIÓN

2.1 El reclutamiento en Internet.....	10
2.2 La vídeo entrevista.....	11

CAPITULO 3: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0

3.1 Utilización de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal.....	13
3.2 Ventajas e inconvenientes del reclutamiento y selección 2.0.....	15
3.3 Perfiles más demandados en la red.....	18
3.4 Reclutamiento y selección 2.0 en nuestro país.....	18
3.5 Herramientas del reclutamiento y selección 2.0.....	21
3.6 Selectube, la primera plataforma de empleo y selección 2.0.....	29
3.7 Entrevista a uno de los fundadores de Selectube.....	30
3. METODOLOGÍA Y ESTUDIO EMPÍRICO.....	33
3.1 Encuestas realizadas a profesionales de RRHH 2.0.....	34
3.1.1 Resultados de las encuestas.....	34
4. DISCUSION Y CONCLUSIÓN.....	46

5. VALORACIÓN PERSONAL.....	48
6. BIBLIOGRAFÍA.....	49

1. INTRODUCCIÓN

El capital humano se ha convertido en un factor clave para el éxito y desarrollo en las organizaciones. Por ello, es fundamental que toda empresa cuente con buenos y eficaces procesos de reclutamiento y selección de personal, para así tener a los candidatos más idóneos y adecuados.

Este proceso de afectación, de una manera u otra, está presente y se necesita en todas las empresas, independientemente del tamaño que posean. Además, son las personas las que hacen que entre una empresa y otra haya diferencia, ya que cada ser humano es único e irrepetible, y cada uno aporta un valor y de una forma diferente. Así, para que las empresas obtengan una ventaja con respecto a las demás, necesitan tener el mejor equipo profesional. Para ello, es necesario hacer una búsqueda rigurosa y dar con los mejores candidatos, es decir, los que mejor encajen con el perfil profesional y con los valores de la empresa.

Gracias a Internet los profesionales de RRHH disponen de diversas herramientas para utilizar en el proceso de reclutamiento y selección, las cuales pueden utilizarse de forma complementaria a las tradicionales o bien de forma exclusiva.

Además, con la llegada de Internet y posteriormente de las redes sociales, las empresas y trabajadores o candidatos cambiaron en cierto modo la manera de relacionarse, ya que dicha relación no solo se daba físicamente sino también a través de una pantalla.

También, como todos sabemos, el proceso de digitalización no es una opción que se les está dando a las empresas, sino algo necesario para sobrevivir a la evolución que está teniendo el mercado laboral en este aspecto.

Además, el proceso de selección digitalizado puede ser una forma eficaz para conseguir información valiosa de los candidatos, tanto por el proceso en sí como por las diferentes herramientas que nos brinda, como las redes sociales y profesionales. Así, por ejemplo podemos visualizar la información del perfil profesional del candidato, inquietudes personales y profesionales, etc.

Es por ello y por la importancia que está adquiriendo en la actualidad el reclutamiento y selección 2.0 por parte de los profesionales de RRHH, por lo que realizamos este trabajo fin de grado sobre el reclutamiento y selección por redes sociales y plataformas digitales.

De esta manera, el uso de plataformas digitales y de redes sociales como método de reclutamiento y selección por parte de profesionales de RRHH va aumentando con el paso de los años. Así, el objetivo general de este trabajo es conocer las novedosas formas de reclutamiento y selección de personal a través de Internet.

Señalamos varios objetivos específicos en esta investigación. Por un lado los referidos a las redes sociales, que son los siguientes:

1. ¿Es usado este método de reclutamiento y selección por profesionales de recursos humanos?, ¿y por las empresas españolas?
2. ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de utilizar este método?
3. ¿Qué importancia tiene hoy en día usar Internet en el proceso de afectación?
4. ¿Qué redes sociales utilizan las organizaciones para realizar el proceso de búsqueda y selección de empleados?

Por otro lado, los objetivos específicos referidos a la plataforma Selectube son:

5. ¿Es usada la plataforma por las empresas?
6. ¿Qué tiempo transcurre en realizar el proceso de afectación?
7. ¿Es realmente online todo el proceso?

Todas estas cuestiones han sido respondidas con ayuda de los manuales empleados para la investigación, así como la consulta de páginas web y de revistas científicas. Además se ha realizado una entrevista al creador de la plataforma de reclutamiento y selección 2.0, y se han pasado unas encuestas a profesionales del reclutamiento 2.0.

Con este trabajo queremos dar a conocer las nuevas herramientas que actualmente están siendo utilizadas en los procesos de reclutamiento y selección, y aportar una idea de cómo los profesionales de RRHH y las empresas están reaccionando a dichas herramientas.

La estructura de este trabajo fin de grado se detalla a continuación.

En primer lugar vamos a estudiar el reclutamiento y selección en general, es decir, su funcionamiento en cualquier empresa, estudiando sus fases, sus métodos y sus fuentes.

En segundo lugar investigaremos sobre el reclutamiento a través de internet y la técnica de selección más utilizada desde siempre: la entrevista.

En tercer lugar nos centramos en el reclutamiento y selección 2.0, que es nuestro tema de estudio. Analizaremos las ventajas e inconvenientes de este tipo de reclutamiento, así como su uso en España por parte de profesionales de RRHH y de candidatos. Seguidamente estudiamos las herramientas existentes para este reclutamiento y algunas de las plataformas digitales, especialmente Selectube, en la que nos centramos para la entrevista mencionada anteriormente.

En último lugar, se exponen los resultados y conclusiones obtenidas a partir de las encuestas realizadas por los profesionales de RRHH, a los cuales se les ha entregado un cuestionario con aspectos relacionados con las redes sociales, de los cuales hemos obtenido una serie de datos.

2. REVISIÓN TEÓRICA

CAPITULO 1: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN LAS ORGANIZACIONES

1.1 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL: DEFINICIÓN

La mayor parte de directivos y empresarios no dudan de la importancia que tiene para sus empresas contar con un recurso humano que posea las capacidades y motivación necesarias para el desarrollo efectivo de las funciones y tareas requeridas en el desarrollo de su trabajo. Para lograr este objetivo es importante desarrollar una adecuada gestión de todas las prácticas y procesos de Dirección de Recursos Humanos, dentro de los cuales se encontraría el proceso de reclutamiento-selección, de gran relevancia (Alcaide Castro, González Rendón y Flórez Saborido, 2016).

Dentro del proceso de afectación (proceso de reclutamiento-selección) se incluyen todas las actividades que se necesitan para que una empresa pueda satisfacer su demanda de trabajo mediante la oferta de un empleo. Dicho empleo puede ser cubierto internamente o externamente. En cuanto al reclutamiento interno, este se produce cuando la empresa acude a la promoción de sus empleados o los traslados de éstos, en cambio, el reclutamiento

externo funciona con candidatos que provienen de fuera. No cabe duda de que cuanto mejor se realice este proceso, el grado de idoneidad de la persona contratada será mayor (Chiavenato, 2009; Dolan, Valle, Jackson y Shuler, 2003).

Reclutamiento es el proceso que tiene como objetivo atraer un número adecuado de candidatos con los requisitos que son definidos previamente en el perfil profesional, de modo que puedan seleccionarse a personas idóneas para cubrir las vacantes existentes en la organización. De esta definición podemos ver cómo el reclutamiento depende de la determinación correcta del perfil profesional y condiciona el desarrollo del proceso de selección, por lo que si no se realiza un buen proceso de reclutamiento puede que el proceso de selección no proporcione los resultados deseados (Alcaide Castro et al., 2016).

El proceso de reclutamiento se realiza con la finalidad de que exista un grupo lo suficientemente numeroso de personas que permita incrementar la probabilidad de incorporar un buen profesional al puesto vacante. Por tanto el reclutamiento no tiene nada de evaluación de los individuos (Bonache y Cabrera, 2004).

Por otro lado, dentro del proceso de selección se agrupan todas aquellas actividades que se desarrollan con el propósito de valorar en qué grado los candidatos cumplen y/o se adecuan a los requisitos definidos en el perfil profesional, para ofertar el empleo al candidato que mejor se ajuste a dicho perfil (Alcaide Castro et al., 2016).

1.2 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN: PROCESO BILATERAL

Decimos que el reclutamiento y selección de personal es un proceso bilateral porque en él intervienen las empresas o profesionales de RRHH por un lado, y por otro los candidatos. Estos últimos, buscaran ofertas de empleo en varias empresas y procederán a su comparación entre ellas, para posteriormente elegir la que más se ajuste a lo que están buscando. Por otro lado, las organizaciones intentarán atraer hacia sus ofertas el mayor número posible de candidatos, para escoger al más idóneo al puesto vacante. Estos comportamientos van a depender del estado en el que se encuentre el mercado laboral, es decir, a mayor número de candidatos buscando el mismo empleo, mayor exigencia habrá por parte de las empresas en el proceso de selección. Además, los candidatos no podrán ser tan selectivos en cuanto a las empresas y deberán esforzarse en mayor medida en sus tácticas

de atracción para ser los elegidos. Sucede lo contrario cuando hay un menor número de candidatos. Estos últimos tendrán más poder con respecto a las empresas y serán más selectivos, mientras las empresas no lo serán tanto y tendrán que poner todos sus esfuerzos para atraer a los candidatos (Alcaide Castro et al., 2016).

1.3 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN: PROCESO SUBJETIVO

En la aplicación de las diferentes y numerosas técnicas de selección de candidatos, es importante no olvidar que pueden existir posibles conductas oportunistas tanto por parte de los candidatos como de los seleccionadores. Este hecho recibe el nombre de oportunismo contractual, que puede llevar a la organización a decidir de forma equivocada. Hay veces que los candidatos ocultan información o suministran una información que no es real, lo cual lleva a la empresa a formarse una idea del candidato distinta a la verdadera y puede perjudicar su decisión. Por otro lado, están las conductas que no son oportunistas pero igualmente crean una impresión que no es del todo cierta, por ejemplo cuando los candidatos entrenan para realizar algunas pruebas en el proceso de selección. También ocurre que sean las organizaciones las que tomen conductas oportunistas para así tener en el proceso a un mayor número de candidatos, que se sienten en cierta manera atraídos por ellas. Dichas conductas podrían ser por ejemplo ocultar información, dar información no real u ofrecerla de forma atractiva. De este modo, el candidato también puede tomar una decisión equivocada (Alcaide Castro et al., 2016).

Elegir de manera subjetiva cuando se está seleccionando a un candidato no siempre da resultados positivos a la organización. Cuando se toma la decisión de que un candidato ocupe un puesto por razones como ser algún familiar, conocido o que posea características personales, aficiones, etc. que se asemejan a las propias del seleccionador, se pueden tomar también decisiones erróneas, ya que pueden no tomarse en cuenta ciertos detalles que perjudiquen a la organización, como por ejemplo la inexperiencia en el puesto a cubrir, o la falta de conocimientos, que traen consecuencias negativas para la empresa y para los empleados de la misma, ya sus trabajos pueden verse entorpecidos. Esto puede llevar a que se cree un clima laboral contraproducente en dicha empresa (Alcaide Castro et al., 2016).

1.4 FASES DEL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL.

Son cuatro fases las que integran el proceso de reclutamiento-selección. La primera de ellas es la determinación del perfil profesional, ya que antes de iniciar la búsqueda se necesitan fijar los requisitos que deben cumplir los candidatos para ser elegidos. En segundo lugar se encuentra el reclutamiento, es decir, la búsqueda y atracción de un número suficiente de candidatos que reúnan los requisitos del perfil profesional. En tercer lugar se inicia el proceso de selección, una vez concluida la fase de reclutamiento. Esta tercera fase tiene como finalidad identificar aquellos candidatos que mejor se ajusten a los requisitos que previamente fijó la organización. Para realizar la selección se aplican diversas técnicas para así valorar el grado en el que los candidatos cumplen dichos requisitos exigidos. En último lugar, la cuarta fase la ocupa la contratación, que procederá si todas las fases anteriormente explicadas se han aplicado correctamente, de esta manera el resultado deberá ser acertar con el candidato ideal (Alcaide Castro et al., 2016; Bonache et al., 2004).

1.5 MÉTODOS Y FUENTES DE RECLUTAMIENTO

Son varios los métodos que han sido utilizados habitualmente para transmitir el mensaje de reclutamiento. Entre ellos destacan los siguientes:

- 1. Presentaciones o conferencias informativas,** donde la organización directamente informa a un auditorio sobre las oportunidades de empleo.
- 2. Quioscos o stands informativos en ferias de empleo.**
- 3. Folletos informativos.** Este método no ha sido muy utilizado en España pero si por otros países para reclutar recién titulados.
- 4. Contacto directo o personal.** En este método la oferta se comunica individualmente a cada candidato (en persona, correo, teléfono...)
- 5. Red informal.** Este método consiste en comunicar la oferta de empleo a personas próximas a la organización o a su personal.
- 6. Carteles.** Es uno de los métodos más antiguos para comunicar ofertas de empleo.
- 7. Anuncios de reclutamiento en prensa.** Hasta hace pocos años, ha sido uno de los métodos de reclutamiento más utilizados y de mayor relevancia.

8. Anuncios de reclutamiento en Internet.

Este último método, Internet, es el medio de comunicación que está teniendo mayor crecimiento en los últimos años para la transmisión de ofertas de empleo. Por su carácter interactivo, rapidez, reducido coste y las posibilidades que ofrece para combinar imágenes, sonido y texto, resulta especialmente adecuado para comunicar una oferta y atraer a idóneos candidatos. De hecho, la mayor parte de los métodos de reclutamiento que anteriormente se han analizado pueden desarrollarse a través de Internet. Este medio permite la realización de: presentaciones o conferencias informativas, ferias de empleos virtuales, folletos informativos en formato digital, contacto directo o personal a través de e-mail, blogs o redes sociales, red informal, anuncios de reclutamiento en prensa tanto digital como convencional y por último anuncios de reclutamiento en Internet, que pueden ser encontrados en la página web de la empresa, en portales de empleo, etc. (Bonache et al., 2004; Alcaide Castro et al., 2016)

Por otro lado se encuentran las fuentes de reclutamiento, que son los lugares concretos o emplazamientos donde realizar la búsqueda de candidatos. Las principales fuentes de reclutamiento que tradicionalmente han sido utilizadas por empresas y organizaciones son las siguientes:

- 1. La propia empresa.** Se refiere personas que pertenecen a la empresa y que reúnen los requisitos definidos en el perfil profesional.
- 2. Base de datos de la empresa.** Se nutren básicamente de candidaturas espontáneas, antiguos empleados y candidatos válidos que no fueron contratados en anteriores procesos de selección.
- 3. Centros educativos.**
- 4. Asociaciones,** que se pueden distinguir entre asociaciones profesionales y no profesionales.
- 5. Personal de otras empresas u organizaciones.**
- 6. Agencias u oficinas de colocación,** como los servicios públicos de empleo.
- 7. Anuncios en medios de comunicación.**
- 8. Internet.**

La utilización de Internet en la fase de reclutamiento supuso un salto cualitativo muy importante por dos motivos. Por una parte, trasciende los límites del tiempo y el espacio y

por otra parte se mejora la eficiencia del proceso al automatizar muchas de las actividades de preselección (Pereda Marín y Berrocal Berrocal, 2011).

A través del Instituto Nacional de Estadística hemos obtenido una serie de datos a nivel nacional referidos al año 2015-2016, que nos muestra el porcentaje de empresas, en función de su tamaño según el número de empleados, que utilizan Internet. A continuación se muestran los datos en la siguiente tabla.

	Empresas con menos de 10 empleados	Empresas con más de 10 empleados
Disponen de ordenadores	74,45	99,11
Tienen conexión a Internet	70,71	98,35
Tienen conexión a Internet y página Web	31,47	77,52
Utilizan medios sociales (redes sociales, blogs)	30,35	42,93

Tabla 1: Indicadores sobre el uso de las TIC en las empresas, años 2015-2016.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según los resultados alcanzados por el INE, podemos ver que las PYMES y grandes empresas (aquellas con más de 10 empleados) son las que en mayor medida utilizan ordenadores, tienen conexión a Internet, página web y utilizan medios sociales como las redes sociales y los blogs. Las microempresas (aquellas con menos de 10 empleados), a pesar de que gran parte de ellas (70,71%) tienen conexión a Internet, sólo hay un pequeño porcentaje que cuenta con página web y que utiliza medios sociales. Pero, aún así, Internet ha supuesto una revolución para todo tipo de empresas, independientemente del tamaño de estas.

1.6 TÉCNICAS DE SELECCIÓN

Como se dijo anteriormente, el proceso de selección consiste en la aplicación de diversas pruebas o técnicas para la recopilación y análisis de información sobre los candidatos y que sirve para valorar el grado en el que éstos poseen los requisitos definidos en el perfil

profesional. Las técnicas de selección (Alcaide Castro et al., 2016; Grados Espinosa, 2013) más habituales son las siguientes:

- **Pruebas profesionales** (in-baskt, discusiones profesionales en grupo...)
- **Examen de conocimientos**, como pueden ser las pruebas orales y las pruebas escritas.
- **Pruebas psicotécnicas**, para valorar atributos psicológicos como la personalidad, actitudes, aptitudes y capacidades.
- **Entrevista**. Es la técnica más común en las empresas grandes, medianas y pequeñas.
- **Ejercicios de interacción grupal**, también denominados discusiones en grupo.
- **Pruebas de aptitudes físicas**.
- **Reconocimiento médico**.
- **Análisis de referencias**. Son datos relativos a los candidatos proporcionados por terceras personas u obtenidos por la empresa.
- **Período de prueba, etc.**

Con todo esto, si las técnicas anteriores se han aplicado correctamente dando una información válida y fiable, y el proceso de reclutamiento-selección a seguido bien sus pasos, se podría decir que el candidato elegido será idóneo para el puesto ofertado.

CAPITULO 2: RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN DE PERSONAL Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACIÓN

Como hemos aludido varias veces en el capítulo anterior, Internet ha supuesto una revolución en muchos aspectos de nuestro mundo, sobre todo en el ámbito de las empresas. En este trabajo nos centramos en los cambios que a lo largo de los años se han ido produciendo en las prácticas de reclutamiento y selección de personal (RSP).

2.1 EL RECLUTAMIENTO EN INTERNET

Internet es un excelente punto de encuentro para oferentes y demandantes de empleo, por ello tanto empresas como candidatos que buscan empleo lo consideran un medio importante y útil para esta cuestión. Hoy en día, Internet es una herramienta muy extendida para el reclutamiento en los procesos de RSP, por ello, las webs corporativas de las empresas, los portales especializados y las redes sociales han adquirido un gran protagonismo, cambiando las prácticas que se hacían años atrás, donde todo se concentraba en publicaciones en papel (Blasco, 2004).

A través de las Webs Corporativas de las empresas se pueden realizar múltiples funciones, como conocer las ofertas de empleo disponibles o entregar el currículum a través de ella, y todo esto de una forma rápida y segura. Además, podemos utilizar varias herramientas en la red para buscar trabajo, así como publicar nuestro currículum y difundir nuestros datos personales para que puedan ser vistos por quien deseemos. Además de esto, los seleccionadores pueden visitar nuestro perfil personal para obtener información de nosotros como candidatos. Por ello debemos tener claro que no sólo es la empresa la que selecciona; los candidatos al disponer de todas las ofertas que van encontrando en la red, también comparan unas empresas con otras y obviamente eligen la más conveniente para ellos y la que consideren más adecuada. Por tanto, los seleccionadores y los candidatos pueden obtener mucha información relevante por este medio para tomar las decisiones más oportunas en cuanto a lo que están buscando: la organización busca cubrir una vacante y el candidato obtener un puesto de trabajo (Blasco, 2004).

Otra cuestión en cuanto a este método de reclutamiento es el tipo de persona que más frecuenta estos medios, y es que las personas jóvenes podrían ser más propicias que los candidatos más veteranos a este tipo de reclutamiento. También hay que tener en cuenta que no estar inmerso en este nuevo mundo digitalizado y no usar estos novedosos recursos puede que genere cierta marginación laboral. Además, con este tipo de reclutamiento, la empresa se estaría dirigiendo a personas que están informáticamente actualizadas, lo cual es hoy en día un punto a favor para aquellos candidatos presentes y activos en la red (Blasco, 2004).

Como venimos diciendo a lo largo del capítulo, los procesos de reclutamiento y selección han ido cambiando a lo largo de los años. Antes de aparecer las nuevas tecnologías, las personas

que buscaban empleo lo hacían por medio de su entorno, como amigos o familiares, o leyendo las secciones de empleo en varios periódicos que adquirirían para este fin. Con ello, también hacemos referencia al medio que utilizaban normalmente las organizaciones para publicar sus ofertas, es decir, periódicos o revistas especializadas. Este método, a la vez de costoso, tenía una difusión limitada, por lo que hoy en día tiene poca utilización por parte de las empresas. Además, los currículums eran enviados a las empresas oferentes de empleo, a través de fax, cartas por correo, o personalmente por el candidato, el cual se desplazaba físicamente hasta el lugar donde se ubicaban dichas empresas. (Guillén, 2014)

Después, con la aparición de Internet, surgieron los primeros portales de empleo donde se publicaban ofertas tanto por las empresas como por los candidatos. De este modo, los candidatos se inscribían de forma rápida a las ofertas y las empresas sólo esperaban las respuestas por parte de estos.

Más tarde aparecen las redes sociales, como la más conocida por los profesionales, LinkedIn, que fue lanzada el año 2003 en Estados Unidos, con el fin de propiciar las relaciones empresariales. Un año después nace Facebook, que es en la actualidad la red social personal más utilizada, y por último en 2006 se crea Twitter, donde no se puede escribir más de 140 caracteres. Estas tres redes sociales revolucionan los procesos de reclutamiento y selección, ya que en ellas se pueden publicar ofertas y ser difundidas en cuestión de minutos. Dichas redes serán analizadas posteriormente en el siguiente capítulo.

2.2 LA VIDEO ENTREVISTA

Con respecto a la selección, la entrevista es la técnica que más se ha utilizado desde siempre, y que continuará siendo muy importante en los procesos de afectación, por ello debemos de aprovechar los avances tecnológicos para mejorar estos procesos.

Los procesos de selección de personal son costosos y demorados, y se producen elevadas pérdidas de tiempo entrevistando a candidatos que no sirven para el cargo. Por ello existen herramientas con las que se puede conocer y evaluar a muchos más candidatos y en menor tiempo y sin tener que estar presente en cada entrevista.

Hoy en día, son muchas las empresas que están involucrando en sus procesos las llamadas video entrevistas, las cuales agilizan el proceso de selección. Gracias a ellas, las empresas además de ahorrarse tiempo y dinero, pueden entrevistar a más candidatos, ya que el proceso se simplifica y se hace de forma más rápida. De esta manera, los reclutadores pueden decantarse por un reducido grupo de candidatos y reservar las entrevistas presenciales para aquellos que por alguna razón les han causado buena impresión, ya sea por la forma de expresarse o por el lenguaje corporal que han observado a través de la vídeo entrevista.

Son varias las ventajas que tiene el usar este método, como el hecho de acortar distancias, tanto para el candidato como para el profesional de RRHH. De esta forma, el candidato no tiene que desplazarse a otro lugar para realizar una entrevista presencial, es más, el estar en otro país distinto a la oferta de trabajo no impide el realizar la entrevista. También acelera el proceso, ya que se eliminan los traslados y el cuadrar agendas por ambas partes. Otra de las ventajas es la de poder grabar la entrevista, así el reclutador puede disponer de ella y visualizarla las veces que considere necesario, así podrá analizar al candidato detenidamente y observar aspectos que considere de relevancia (Manjarrez, 2015).

Actualmente, para conocer un ejemplo real, existe una plataforma que realiza estas vídeo entrevistas que recibe el nombre de "Ventrevistas.com". Es una empresa que tiene su origen en Colombia y que fue creada en el año 2008.

Este sistema de grabación de entrevistas se utiliza una vez se ha recibido el currículum de los candidatos (es una aclaración para no confundirlo con el video currículum). Con dicho sistema los reclutadores pueden disponer de un mejor filtro, para asegurarse que los candidatos que vayan a entrevistar de forma presencial se ajusten al perfil que desean contratar. Funcionan del siguiente modo: el reclutador crea una entrevista estableciendo las preguntas que quiere realizar a los candidatos y les envía un correo electrónico con el link, al que deben acceder para realizar la entrevista y responden verbalmente frente a su cámara web. Las entrevistas quedan guardadas y el reclutador puede revisarlas en el momento que prefiera. Además no tiene por qué ver la entrevista entera, sino que puede ver las preguntas que más le interese, para así evitar perder tiempo con candidatos no aptos para el puesto. Telefónica, Colgate y Adidas son ejemplos de empresas que ya usan esta forma para preseleccionar (Ventrevista.com).

Además, existen otras herramientas como WePow, una plataforma de entrevistas pregrabadas; Valigo, que permite hacer video entrevistas y visualizarlas, evaluarlas y compararlas; Etalentum, plataforma que también dispone de video entrevistas; Filmijob, plataforma que realiza procesos de selección automatizados, y Selectube, que es analizada en el siguiente capítulo . Todas estas herramientas optimizan el tiempo y aceleran el proceso de selección, entrevistando sólo a aquellos candidatos verdaderamente interesantes.

Por tanto, gracias a todas las herramientas que ofrece Internet, se puede conseguir que el proceso de reclutamiento-selección se haga en menor tiempo del que se ha venido utilizando para dicho proceso y con un menor coste. Además, aparecerán otras muchas posibilidades en un futuro inmediato.

CAPITULO 3: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0

3.1 UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

Como venimos repitiendo, Internet ha cambiado la forma de desenvolvernó en cualquier ámbito, ya sea personal o empresarial. Uno de ellos es la búsqueda de candidatos a través de las redes sociales y otras herramientas virtuales, es decir, el llamado reclutamiento y selección 2.0, que consiste en realizar el proceso a través o con ayuda de plataformas digitales. Es una metodología que tuvo sus inicios en Estados Unidos y que está posicionándose con mucha fuerza en países desarrollados (Rojas, 2010).

Hoy en día, utilizar las redes sociales para el reclutamiento y la selección de personal es una gran oportunidad en términos de costes sobre todo para las PYMES, ya que no se necesitan grandes inversiones para buscar personal con talento. No sólo es un método atractivo para dichas empresas sino que puede considerarse como una estrategia empresarial. Además, profesionales y empresas dedicadas al *head hunting*, que es un método de selección de personal de directivos y de cualquier perfil, están empleando el reclutamiento y selección 2.0, tanto por su facilidad de uso como por la calidad y la riqueza de los posibles candidatos. Además de esto, los expertos en reclutar y seleccionar no tienen que ver cientos de

currículos, ya que se pueden centrar en los candidatos que realmente están cualificados para el puesto vacante, dedicando más tiempo a revisar los perfiles y posteriormente a fijar entrevistas. Gracias a estos perfiles disponibles en la red, se pueden obtener datos de los candidatos que posiblemente no se hubiesen podido alcanzar por medios tradicionales (Rojas, 2010).

Actualmente, tanto los profesionales del reclutamiento como las personas que están buscando empleo han cambiado sus expectativas y es que a medida que aumenta el número de individuos y de empresas en las redes sociales la competencia va aumentando en la misma proporción, por lo que todos los profesionales del reclutamiento y selección han de ganarse la atención de los candidatos. Para ello necesitan agregar valor y así conseguir a los mejores candidatos, lo cual requiere cierto esfuerzo y dedicación (Rojas, 2010).

Gracias a un informe realizado por Infoempleo y Adecco a candidatos y a profesionales de Recursos Humanos sobre las redes sociales y el mercado de trabajo en España (2016), se han obtenido una serie de datos que nos reflejan la importancia de esta metodología.

Según los resultados obtenidos por parte de los candidatos:

- “Tres de cada cuatro usuarios siguen a alguna marca/empresa desde sus cuentas de redes sociales”
- “Un 78% de los usuarios utiliza las redes sociales para buscar empleo”
- “La primera opción a la que recurren los candidatos cuando están en búsqueda activa de trabajo son los portales web de empleo, consultados por el 98% de los encuestados”
- “El 77% de los usuarios ha presentado su candidatura a una oferta de empleo conocida a través de las redes sociales”
- “El 47% de los profesionales con cuenta/s en redes sociales ha sido contactado por este medio en relación a una oferta de empleo en, al menos, una ocasión”

Según los resultados obtenidos de profesionales de RRHH:

- “El 86% de las empresas encuestadas tiene algún tipo de presencia en redes sociales, lo que supone un 4% más que en 2015”
- “Tres de cada cuatro encuestados cuentan con más de 5 años de experiencia en el uso de las redes sociales”
- “El uso de las redes sociales como medio para captar talento es del 84%”

- “El 97% de los encuestados considera satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de portales web de empleo”
- “La valoración positiva de las redes sociales como canal de atracción y selección de talento asciende hasta el 92%”
- “Seis de cada diez reclutadores utilizan los perfiles corporativos de la empresa para captar talento”
- “El 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación”

3.2 VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0

El aumento de la utilización de Internet en los procesos de reclutamiento y selección se debe a las diversas ventajas que tiene este medio, en especial para las pequeñas y medianas empresas, ya que el uso de este canal les conlleva un coste más reducido. De este modo, pueden crear una estrategia para competir con las empresas de mayor tamaño, las cuales disponen de mayores recursos económicos. Pero no hay que olvidar que este medio también tiene sus inconvenientes, siendo el principal de ellos la publicación de información no real por parte del candidato.

Procedemos a analizar dichas ventajas e inconvenientes.

VENTAJAS

Son varias e interesantes ventajas las que pueden ser obtenidas si se aplica el Reclutamiento y Selección 2.0 (Narváez Piñones y Nochebuena Perdomo, 2015; Pérez Serna, 2009; Moreno Pastor, 2015).

- Ahorro de costes.

El coste de un proceso de reclutamiento y selección por internet se reduce en comparación con los métodos tradicionales. Además la mayoría de plataformas son gratuitas, por ejemplo redes sociales como LinkedIn, Facebook o twitter no requieren de una tarifa monetaria para publicar anuncios.

Además de esto, el coste de un proceso de selección a nivel internacional empleando medios tradicionales resulta mucho más caro que empleando Internet.

- Ahorro de tiempo.

La tecnología reduce hasta un 40% el tiempo que se invierte en realizar los procesos de selección de personal con relación a los métodos tradicionales.

Como se explicó anteriormente son varias las fases que integran el proceso de reclutamiento-selección, por lo que es un proceso laborioso que vería su tiempo reducido con la utilización de Internet.

- Rapidez del proceso.

Gracias a la velocidad de las comunicaciones empleando Internet se consigue acelerar enormemente el proceso.

- Posibilidad de ofrecer mayor cantidad de información a los candidatos.

Debido a la estructura de las páginas web es posible ofrecer mucha más información para el candidato sobre el puesto de trabajo y de la empresa que lo está ofertando.

- Posibilidades de gran segmentación introduciendo anuncios en sitios web segmentados.

Se puede publicar el anuncio a un público segmentado para así reclutar a los candidatos que más se acerquen al perfil que la empresa está buscando.

Hay sitios web que se especializan por sectores, lo que permite buscar a un candidato especializado.

- Acceso a los candidatos pasivos.

Candidatos pasivos son aquellos que no están buscando empleo pero su atención puede ser captada a través de páginas web.

- Las pequeñas empresas pueden competir por los mejores candidatos con las de mayor tamaño.
- Los candidatos pueden acceder a la oferta a cualquier hora y en cualquier día.

INCONVENIENTES

Son varios inconvenientes los que pueden ser encontrados si se aplica el Reclutamiento y Selección 2.0 (Moreno Pastor, 2015; García Castro, 2016; Rojas, 2010).

- No actualización de los perfiles.

Es frecuente que los candidatos creen un perfil en una red social o portal de empleo cuando están buscando trabajo y que no vuelvan a actualizar la información contenida en él.

- Exceso de información.

Con el reclutamiento online se obtiene una gran cantidad de candidatos, que a veces resultada demasiado extenso.

- Perfiles falsos.

Existe una elevada cantidad de perfiles falsos en las redes sociales, exageraciones o mentiras sobre sus experiencias profesionales. Esto entorpece la misión de los reclutadores en cuanto a pérdida de tiempo y dinero.

- No todos los candidatos tienen acceso a Internet.

Hay personas con talento que no están inmersas en el mundo de las redes sociales lo cual supone una desventaja el no llegar a ellas por este método.

- La empresa se expone a la opinión pública (críticas tanto buenas como malas).
- Es muy importante tener cuentas corporativas que no dependan en exceso del profesional que las gestiona ya que si por algún motivo deja la empresa la red social puede verse deteriorada.
- Muchas empresas introducen su perfil y al poco tiempo dejan de actualizarlo y lo abandonan (perfiles incompletos).
- No es posible sincronizar los contactos con otras herramientas tradicionales.

3.3 PERFILES MÁS DEMANDADOS EN LA RED

Los candidatos más demandados y también los que más demandan empleo en la red según Pedro Rojas son:

"Estudiantes y profesionales de todas las áreas de tecnología y sistemas, ejecutivos, mandos medios, personal de base de administración y finanzas, creativos, vendedores, diseñadores gráficos, profesionales de marketing electrónica, informática, telecomunicaciones, industriales, abogados, estadísticos, técnicos de áreas económicas y empresariales, periodismo, imagen y sonido, investigación, mercados, información, publicidad, recursos humanos, comunicación y relaciones públicas, así como técnicos en muchas otras áreas" (2010: 24).

Por otro lado, las personas con edades comprendidas entre 25 y 45 años son las que tienen normalmente más participación en las redes sociales, ya que los adolescentes no están tan preocupados por el mundo laboral y no suelen tener una visión respecto a su futuro, por lo que sus perfiles no están pensados para buscar empleo. Además suelen estar más presentes en redes de ocio que en redes profesionales. También, las personas con una edad superior a cuarenta y cinco años no confían en las redes sociales y no saben cómo sacarle provecho, ya que no conocen mucho la tecnología y están desinformadas de este tipo de herramientas (Rojas, 2010).

3.4 EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0 EN NUESTRO PAÍS

Según nos revela el V estudio realizado por Infoempleo-Adecco sobre redes sociales y mercado de trabajo, los candidatos en búsqueda activa de empleo recurren en primer lugar a portales de empleo, páginas web de las empresas y empresas de selección. Es por ello que los profesionales de la selección tienen que tener en cuenta que son muchas las empresas que compiten por encontrar al mejor talento utilizando los mismos canales. Así, las empresas que están activas en entornos digitales tienen mayor probabilidad de atraer dicho talento. Además no basta con estar presente en estos entornos sino que para atraer a los mejores

profesionales hay que contar con una web atractiva que hable de la empresa no sólo en términos empresariales, sino también de la cultura y valores de esta.

A pesar de que las redes sociales son el complemento perfecto para generar interés, comunicar y atraer a los mejores, los candidatos todavía muestran una clara falta de confianza en la utilización de estas como medio definitivo para conseguir un trabajo: a pesar de que el 45% de los usuarios las utiliza siempre que busca empleo, el 55% restante las usa solo de forma esporádica o nunca. En cambio, muchos de los profesionales de recursos humanos han integrado las redes sociales y otras plataformas 2.0 como instrumentos de su trabajo diario. Estos las utilizan principalmente como herramienta complementaria a la que recurren cuando quieren ampliar la información de la que disponen sobre los candidatos preseleccionados.

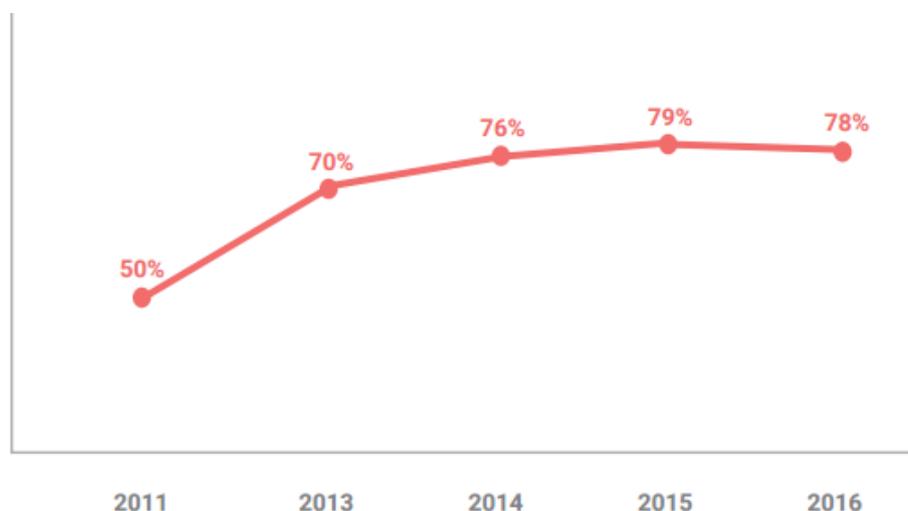
A partir del estudio antes mencionado de Infoempleo-Adecco sobre las redes sociales y el mercado de trabajo, hemos obtenido ciertos datos por parte de candidatos y de profesionales de recursos humanos. Dichos datos hacen referencia a las herramientas utilizadas para la búsqueda de trabajo.

- CANDIDATOS

El 76% de los usuarios siguen a una empresa o marca en las redes sociales principalmente para acceder a los puestos de trabajo que ofertan. Tan solo el 40% de los encuestados afirma que el motivo por el que han abierto un perfil o han utilizado las redes sociales es de índole profesional, por lo que el empleo ha perdido peso con respecto al año 2015, donde se situaba en un 69%. La razón principal sigue siendo la de contactar y comunicarse con amigos y familiares, seguido de estar al día de la actualidad. Las provincias que más utilizan las redes sociales son, en primer lugar Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Vizcaya.

El 85% de los candidatos acuden siempre o casi siempre a los portales web de empleos. Las empresas de selección y las páginas web de las empresas son los dos canales más utilizados después de los portales de empleo cuando dichos candidatos buscan oportunidades profesionales. Los menos utilizados son los anuncios en prensa y el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal).

El 71% de los encuestados consideran como red social más idónea para encontrar empleo a LinkedIn, el 51% a Facebook y el 33% a Twitter, aunque dichas redes tienen una variación negativa con respecto al año 2015.



Evolución en la búsqueda de empleo a través de las redes sociales

Fuente: Informe Infoempleo y Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España 2016.

Como se puede observar en el gráfico, la evolución que ha seguido la búsqueda de empleo a través de las redes sociales ha sido hasta 2015 positiva, con una variación porcentual negativa del 1% en 2016. El periodo en el que más aumentó este método es desde 2011 a 2013 como bien puede verse. Cabe decir que aunque haya habido un positivo crecimiento en los últimos años, resulta imposible predecir con fiabilidad lo que pasará en los años siguientes debido a la velocidad a la que cambia nuestro entorno.

- PROFESIONALES DE RRHH

En cuanto a la experiencia en este medio, el 86% de las empresas encuestadas tiene algún tipo de presencia en redes sociales, lo que supone un 4% más que en 2015, y un 16% más que en 2011. Además las redes sociales principales en las que tienen cuenta corporativa son: Facebook con un 79%, LinkedIn con un 70% y Twitter con un 59%. De estas empresas el 57% hace más de 5 años que utiliza las redes sociales.

En cuanto al reclutamiento, el 84% de los profesionales de RRHH usan las redes sociales para captar talento de forma ocasional o habitual, con un incremento de 12 puntos porcentuales con respecto al año 2015. El 57% de los reclutadores utilizan los perfiles corporativos para captar talento. Además, las tres herramientas a las que acuden los que

quieren reclutar candidatos son los portales web de empleo con un 67%, que siguen siendo el medio mejor valorado por estos, los contactos personales con un 48% y las redes sociales con un 46%. Al igual que los candidatos, los medios que menos utilizan son los anuncios en prensa y el SEPE.

La red social más utilizada por los reclutadores es LinkedIn, donde acuden el 74% de ellos para encontrar candidatos. Es la red social más valorada por ellos. Le sigue Facebook, la red social utilizada por el 40% de los reclutadores encuestados, y por último se encuentra Twitter, que ha caído de un 45% en el año 2015 a un 22% en 2016.

Por lo que se refiere a los sectores, los que más utilizan las redes sociales son el sector de las TIC (97%), el sector Servicios (84%), la Industria (76%), y por último el sector primario (agricultura, ganadería y pesca) con un 75%.

3.5 HERRAMIENTAS DEL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0

Gracias a las herramientas 2.0, los responsables del proceso de reclutamiento y selección de los candidatos pueden examinar diversos y diferentes currículum vitae y comprobar sus competencias y conocimientos sin necesidad de tener un contacto directo y físico con el candidato. Además se pueden realizar las pruebas y algunas técnicas de selección como la entrevista a través de la pantalla, es decir, online (González, 2005).

Del V informe de Infoempleo-Adecco hemos obtenido que tanto reclutadores como candidatos utilizan para la búsqueda de talento y de empleo principalmente herramientas como las Webs Corporativas de las empresas, los portales de empleo y las redes sociales. Dentro de estas últimas se pueden distinguir dos tipos: redes sociales profesionales y redes sociales personales.

Webs corporativas:

Según el artículo publicado por Febrer Barber (2009) una web corporativa es aquella que permite a la organización centrar su estrategia de comunicación para transmitir su recorrido (historia), su experiencia (trabajos), su potencial humano (equipo directivo y personal), sus instalaciones, servicios que ofrece, valores, forma de contacto, etc., es decir, es un sitio web donde la organización proporciona información sobre sí misma. Es fundamental que cada

empresa posea su web corporativa para acrecentar su competencia estando presente en Internet.

Además, dentro de dicha web la mayoría de empresas cuenta con un apartado dedicado al reclutamiento de personal. Este apartado suele estar bajo el nombre de "trabaja con nosotros" o "empleo" que permite a los interesados entrar en un entorno web en el que se proporciona información dirigida a lograr cubrir las vacantes de la empresa. También es fundamental dar al candidato la posibilidad de participar en el reclutamiento poniendo a disposición de la organización sus datos profesionales y personales (Buenadicha Mateo, 2015).

En cuanto a las ventajas que nos aporta el reclutamiento del personal a través del sitio web corporativo, se encuentran las siguientes (Rojo, 2014):

- Mayor alcance de la oferta, ya que al ser online este alcance es ilimitado.
- La selección del perfil se realiza de forma más precisa ya que se pueden establecer una serie de filtros que ayudará a ahorrar tiempo y esfuerzo.
- Los candidatos que están interesados en la oferta obtienen más información de la empresa y del puesto a cubrir, por lo aumenta la eficacia del proceso de selección.
- Mejora la imagen de la empresa al incorporar el apartado de "empleo", ya que indica que está en continua innovación y adaptada a las nuevas tecnologías.

Portales de Empleo:

Un portal de empleo es un sitio web donde aparecen ofertas de empleo y donde candidatos y empleados pueden ponerse en contacto. Estos últimos tienen la posibilidad de presentar su currículum para que esté a disposición de las empresas. Existen dos tipos de portales: generalistas y especializados. Las ofertas que se publican en los portales generalistas pertenecen a todos los sectores de actividad. Por otro lado, las ofertas publicadas en portales especializados están referidas a un sector concreto, por lo que también reciben el nombre de portales sectoriales (González, 2005).

A través de Pedro Rojas (2010) hemos podido conocer los portales de empleo con características 2.0, concretamente 4, los cuales han sido los más destacados por su forma de adaptarse al mercado de trabajo. Son los siguientes:



Es un portal que fue fundado a mediados de 2009. Con tan solo un año de creación ya contaba con 250.000 candidatos registrados, con un record de 1000 nuevos cada día.

Lo que ha hecho a este portal tan popular es su capacidad de adaptarse cada mes, es decir, se ha autodiseñado para ser flexible adaptándose automáticamente a los cambios y a las necesidades del mercado. Además, el mayor valor diferenciador que aporta Buscojobs para los que buscan personas en la red, es el dominio de la psicología y la psicometría que ofrece este portal, por lo que ayuda a optimizar los procesos de evaluación y selección. Otro de sus puntos fuertes es la privacidad con la que trata los datos de las personas que se registran.

Buscojobs ha desarrollado FindMe, una importante aportación para candidatos y empresas. Su filosofía es simple: "el trabajo busca a las personas". Como bien dice Rojas en su libro (2010, pág. 77) *"una persona es la suma de lo que es, de lo que puede hacer, de lo que sabe hacer y de lo que quiere hacer"*. Así, conociendo todo esto de una persona se le puede encontrar un trabajo que le haga feliz y en el que mejor se desarrolle. Este reconocimiento se realiza con los test de competencias y aptitudes que se han desarrollado para FindMe, los cuales se encuentran en el portal.



Es uno de los portales de empleo pioneros de España, que ofrece ofertas de empleo a nivel nacional e internacional que se actualizan diariamente. En el año 2010 el número de usuarios registrados superaba los de tres millones. Cuenta con servicios diferentes como un buscador de formación con más de cuarenta mil cursos activos y presencia en las redes sociales más importantes como son Facebook, Twitter y LinkedIn.

También cuenta con un servicio de webs personales que permite a los usuarios crear sus propias páginas web y gestionar con libertad sus identidades online, característica que los diferencia de sus competidores 2.0.

Además, para los profesionales del reclutamiento y selección permite la publicación ilimitada de ofertas de empleo, lo cual es un servicio escalable en función de las necesidades de cada empresa.

-  Jobsket

Jobsket es considerada como una herramienta Web 3.0 de búsqueda de talento. No sólo está enfocada para las personas que buscan empleo, sino que también está dirigida a las empresas, los hedhunters y otros profesionales de recursos humanos. Utiliza un modelo de búsqueda semántica. Esto es una tecnología que utiliza mecanismos de inteligencia artificial para interpretar un currículum, es decir, identificando las experiencias y habilidades, y ofreciendo información inédita tanto al buscador de talento como al candidato.

- **Quiero empleo**

Es una plataforma 2.0 de oferta y demanda de empleo activada por la evaluación de competencias y complementada con servicios pioneros para candidatos, donde se puede valorar solicitudes de empleo directamente en el currículum, incluyendo un video currículum. La mejor característica con la que cuenta es la de ofrecer a los profesionales del reclutamiento y la selección el poder de evaluar desde las competencias personales de los candidatos como el liderazgo, la comunicación o la orientación a resultados hasta las competencias técnicas de gestión. Además posee una prueba de idiomas para los candidatos para asegurar el nivel que tienen.

En cuanto a las ofertas, cuenta con un servicio de geolocalización donde el sistema localiza en el mapa la ubicación geográfica de la oferta. También permite darles mayor visibilidad marcando las ofertas como destacadas.

Además de estos portales de empleo existen otros como Job and Talent, que cuenta con un algoritmo que estudia el currículum y muestra las ofertas de empleo más adecuadas al perfil profesional del candidato y Monster, uno de los portales con más presencia internacional (Álvarez, 2017).

En lo referido a los portales de empleo específicos, podemos clasificarlos en dos: portales para candidatos sin experiencia y portales sectoriales.

Uno de los portales que más interesante me ha resultado es aquel destinado a candidatos sin experiencia profesional, ya que normalmente los puestos de trabajo suelen requerir algún tipo de experiencia que no posee por ejemplo un recién titulado, por lo que este portal sería

de gran ayuda para estos casos. Uno de ellos es "Primer Empleo", en el cual existen todo tipo de ofertas, desde camarero o cocinero hasta ingeniero.

Por último se encuentran los portales sectoriales, que como indica su nombre son portales dedicados únicamente a sectores o actividades determinadas, por lo que van dirigidos a candidatos con estudios específicos. Algunos de ellos son los siguientes:

- Turijobs (Turismo)
- Educajob (Educación)
- Tecnoempleo (Informática y Telecomunicaciones)
- Fisionet (Fisioterapeutas)
- Eduso (Educación Social)
- Jobstransport (Transporte)

Redes Sociales:

Como indica Valls Arnau (2016) *"una red social es un lugar en la web cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, como una herramienta de democratización de las informaciones que transforman a las personas en receptores y en productores de contenidos"*.

Existen varios tipos de redes sociales. Según el objetivo que persigue el usuario se encuentran las redes sociales de ocio y las profesionales. Por un lado, las redes sociales de ocio persiguen como objetivo el entretenimiento y mejorar las relaciones personales a través de la interacción con otros usuarios, con los cuales se comunican, realizan comentarios y comparten información. Por otro lado se encuentran las de uso profesional, donde el usuario principalmente busca promocionarse a nivel profesional, estar al día en su especialidad y ampliar sus contactos (Valls Arnau, 2016).

En primer lugar analizaremos varias redes sociales profesionales y en segundo lugar estudiaremos las redes sociales de ocio, también llamadas personales (principalmente las más utilizadas en España por reclutadores).

Redes Sociales Profesionales

Las redes sociales profesionales son un medio para encontrar personas afines al perfil profesional que se desee, así como para identificar oportunidades laborales y de negocio. Dentro de estas redes podemos encontrar tanto cuentas gratuitas como de pago. Estas últimas añaden servicios adicionales más completos (Rojas, 2010).

Según Pedro Rojas, las principales redes sociales profesionales que contienen mayor registros de usuarios son Xing, LinkedIn y Viadeo.

- **LinkedIn**

LinkedIn es una red social profesional que fue lanzada en el año 2003 en Estados Unidos. Según informa el V Congreso Iberoamericano sobre redes sociales celebrado en 2015, el número de usuarios registrados es de 332.000.000 (Valls Arnau, 2016). Hoy en día es una plataforma orientada a empresas y profesionales que se dedican a la búsqueda de personas, así como para los que buscan oportunidades de empleo y negocio. Cuenta con una inmensa base de datos con numerosos perfiles y candidatos. También dispone de cuentas gratuitas y Premium, así, con esta última es posible sacar mejor provecho a la plataforma. Además, permite a los usuarios colgar su currículum vitae e importar contactos desde plataformas de correo electrónico (Rojas, 2010).

Uno de los servicios que ofrece para los buscadores de talento y las empresas es el LinkedIn Talent Advantage, que es una aplicación ideada para encontrar perfiles profesionales definidos (Rojas, 2010).

También dispone de grupos temáticos, que resulta de especial interés para los profesionales que están buscando talento, ya que además de establecer mejores relaciones, pueden examinar quienes tienen más interés, habilidad y fluidez en ciertos temas (Rojas, 2010).

Como vimos anteriormente en el estudio de Infoemple-Adecco, el 71% de los candidatos consideraban a LinkedIn como una red social idónea para encontrar empleo.



Además, el 74% de los reclutadores utiliza LinkedIn para buscar candidatos.



- **Xing**

Xing fue creada en Alemania en 2003. En 2010 contaba con aproximadamente veinte millones de usuarios registrados en todo el mundo, pero con una gran mayoría europea, y en concreto un millón en nuestro país, cantidad que va aumentando cada mes (Economista, 2008).

Posee una herramienta de pago que fue creada para el headhunting denominada *Cuenta reclutador*, diseñada para facilitar la búsqueda de perfiles específicos y mostrar información de algún usuario concreto. Además, cuenta con un servicio adicional donde los usuarios pueden encontrar grupos afines y asociarse para intercambiar ideas u opiniones y aportar contenidos. Es la red con más grupos dedicados a temáticas laborales. Debido a la participación de los usuarios en los debates, el reclutador puede hacerse una idea de la personalidad del que escribe y así ayudarlo a elegir al candidato más adecuado para el perfil que busca. Además de esto, tiene una opción disponible para los usuarios que es la posibilidad de preguntar a especialistas o expertos sobre un tema específico, incluso responder a las preguntas que ya se plantearon en algún momento. Esta opción es de gran ayuda para la búsqueda de perfiles concretos (Rojas, 2010).

- **Viadeo**

Viadeo es una empresa con origen en Francia y fue creada en 2004, con una versión española en 2007. Esta red profesional cuenta con aproximadamente treinta millones de usuarios repartidos por todo el mundo (Rojas, 2010).

El candidato tiene la opción de elegir si su perfil es público o privado. La mayoría de ellos prefieren la primera, ya que si están en esta red es precisamente para ser encontrados por buscadores de talento. Otra de las opciones es la de acceder a una gran variedad de perfiles profesionales sin tener que hacer uso del buscador, ya que cuenta con un apartado que contiene un listado de contactos en red. Además de esto, se podría decir que su punto fuerte es la gran comunidad de usuarios activos que tiene, así los reclutadores pueden participar y encontrar buenos candidatos a través de los foros, es decir, siguiendo los debates de estos usuarios, que pueden resultar de gran relevancia.

Redes Sociales Personales

Como se comentó anteriormente, las redes sociales personales más utilizadas en España tanto por profesionales de RRHH como por personas que buscan empleo eran Facebook (40% reclutadores y 51% candidatos) y Twitter (22% reclutadores y 31% candidatos).

- **Facebook**

Facebook es la red con más afluencia de usuarios, ya que en 2016 el ejercicio fue cerrado con 1.860 millones de usuarios activos, por lo que se puede apreciar que es una red bastante relevante para todo tipo de usuarios (Moreno, 2017).

Esta red debe de usarse por los profesionales de RRHH con cierta cautela, debido a que toda la información que puede ser encontrada no tiene por qué ser totalmente cierta, ya que los usuarios no tienen el poder de controlar toda de la información que se publica sobre ellos (Rojas, 2010). A pesar de ello, sigue siendo una red muy utilizada tanto por reclutadores como por candidatos, información que puede corroborarse por el V Informe de Adecco-Infoempleo, que muestra como resultado que el 85% de las empresas emplea Facebook para la publicación de ofertas y el 39% para comunicarse con los candidatos.

Además, según muestra Pedro Rojas en su libro "Reclutamiento y Selección 2.0", las posibles utilidades de Facebook, con relación al reclutamiento y la selección de los RRHH son:

- Añadir información que complementa al currículum vitae, es decir, información personal que muestra la personalidad del candidato y otros datos como aficiones, hobbies, opiniones respecto a un tema, etc.
- Permite verificar si la información expuesta en el currículo se asemeja a la realidad.
- Posibilita contactar con el candidato en un ambiente informal, permitiendo un acercamiento más positivo.

- **Twitter**

Es un microblogging donde los usuarios sólo disponen de 140 caracteres para escribir mensajes. En cuanto al número de usuarios activos, en el segundo trimestre de 2016 Twitter contaba con 313 millones de usuarios. En lo referido al reclutamiento y la selección de los RRHH, la multidireccionalidad de Twitter permite encontrar a un elevado número de personas con perfiles específicos, que pueden resultar de gran interés para el profesional

que busca talento. Además, permite de igual manera que el talento busque a estos profesionales.

Alcanza su mayor utilidad cuando se usa como medio hacia otras herramientas como páginas webs, blogs, etc., es decir, cuando nos inscribimos en otras redes sociales, cualquier cosa que publiquemos en Twitter aparecerá también en las demás (Vallejo, 2012).

Además, Twitter cuenta con la posibilidad de acceder a cualquier contenido utilizando los denominados "hashtag", que son palabras claves que se utilizan para agrupar un tema. Dicha palabra clave lleva antecedido el símbolo #. Por ejemplo, si queremos buscar empleo y escribimos "#empleo" nos aparecerán todos los twits publicados que tengan relación con esa misma palabra (Arentes, 2016; Rojas, 2010).

Los profesionales de RRHH utilizan este medio para conseguir objetivos tales como los siguientes (Rojas, 2010):

- Fortalecer la marca personal profesional o la marca de la empresa.
- Crear relaciones con candidatos potenciales y otros profesionales.
- Encontrar personas con talento, tanto para vacantes actuales como futuras.

No está de más hacer referencia al V Informe de Adecco-Infoempleo, en el cual se indica que el 84% de las empresas emplea Twitter para la publicación de ofertas y el 27% para comunicarse con los candidatos

3.6 SELECTUBE, PRIMERA PLATAFORMA DE EMPLEO Y SELECCIÓN 2.0

Selectube es una plataforma de empleo y selección 2.0 fundada por David Sacristán y Juan Antonio Arribas, con el apoyo de la Agencia de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid y de la Junta de Castilla y León. Ambos, cuentan con una gran experiencia en el área de los Recursos Humanos, y así, tras una situación donde los dos estaban en paro, deciden aliarse y crear dicha plataforma utilizando las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías (R. Daniel, 2014).

Esta plataforma reúne a empresas y trabajadores, eliminando barreras geográficas, temporales y de infraestructuras. Para ello, utilizan herramientas como el video currículum y

la video entrevista. Además, desde la propia plataforma es posible elaborar el video currículum donde el trabajador expone su cualificación, su trayectoria profesional y otros aspectos importantes; todo esto a cualquier hora y desde cualquier lugar del mundo. Por otra parte utilizan video entrevistas online, las cuales son realizadas también desde la plataforma en tiempo real. Dicha entrevista contiene pruebas, preguntas y ejercicios que el candidato no conoce hasta el momento de realizarla, por lo que no puede prepararlas con antelación. Esta entrevista queda grabada en vídeo desde la plataforma y se facilita a las empresas para su posterior revisión y así poder hacer uso de ella todas las veces que sea necesario y desde el lugar que prefiera, para examinar la idoneidad del candidato (R. Daniel 2014).



3.7 ENTREVISTA A UNO DE LOS FUNDADORES DE SELECTUBE

Para conocer el funcionamiento real de una plataforma de reclutamiento y selección 2.0, hemos contactado con David Sacristán, socio fundador de Selectube. Decidimos contactar con él al tratarse de uno de los fundadores de esta plataforma, la cual descubrimos a lo largo del proceso de investigación. De esta manera, al ser una de las personas que ideó dicha plataforma, era una de las que mejor conocía su funcionamiento y su éxito, además de Juan Antonio, otro de sus fundadores. Así, le realizamos una entrevista telefónica una vez contactamos con él a través de la red profesional LinkedIn. Dicha entrevista fue realizada el día veinte de Abril. Hemos añadido como anexo las 17 preguntas que se le hicieron a David Sacristán. Debido a no poder extendernos demasiado en este TFG, hemos seleccionado las

preguntas que más relevancia tienen para este trabajo y que responden a los objetivos que nos marcamos al inicio.

Selectube, como se ha explicado anteriormente, es una plataforma de empleo y selección 2.0 que se ajusta a las necesidades del mercado laboral. Fue lanzada al mercado a principios de 2014 y reúne a empresas y candidatos con el fin de crear un entorno donde no existan barreras geográficas o temporales, y así poner en contacto a empresas que buscan trabajadores y a candidatos que quieren optar a un puesto, facilitando y agilizando todo el proceso.

Con esta entrevista queremos dar respuesta a los objetivos inicialmente planteados en el estudio, los cuales eran:

1. ¿Es usada la plataforma por las empresas? ¿por cuales (según su tamaño)?
2. ¿Qué tiempo transcurre en realizar el proceso de afectación?
3. ¿Es realmente online todo el proceso?

En primer lugar David nos hace saber el funcionamiento que llevan en su plataforma. Así, el principal objetivo que ellos se marcan, es que tanto para empresas como para trabajadores el proceso de selección sea cómodo, rápido y eficaz, el cual lo consiguen gracias a la manera en que desarrollan su trabajo. Trabajan del siguiente modo: la empresa cliente les solicita la búsqueda de un perfil determinado y seguidamente ponen la oferta en distintas redes sociales y en su plataforma. Dependiendo del perfil que deseen encontrar, estudian a los candidatos que se han inscrito en la oferta o contactan con otros que no lo han hecho. Posteriormente aplican un filtro a los candidatos que se han inscrito, para asegurarse que cumplen la parte objetiva, que son los requisitos que la empresa les pide (formación, experiencia, edad...). Hacen una entrevista telefónica en la que ellos ya tienen información del candidato y donde además le explican el puesto que se desea cubrir con todas sus condiciones, es decir, se le informa al candidato los detalles de la oferta, así como el trabajo que va a realizar, el salario que se le ofrece y el lugar. Finalmente hacen las video entrevistas a los candidatos que tienen posibilidades reales de cubrir el puesto, esto es, los que además de cumplir la parte objetiva, cumplen la subjetiva, es decir, el que crean que mejor se adapte al tipo de empresa y al tipo de trabajo. Por último, de esas entrevistas eligen varias, las cuales ve la empresa cliente a través de la plataforma.

Los perfiles con los que trabajan son: puestos de mandos intermedios y de dirección, es decir, puestos medios-altos, y con recién titulados para su primera oportunidad laboral.

Para responder al primer objetivo, David nos cuenta que tienen clientes de todo tipo. Trabajan con multinacionales que cuentan con su propio departamento de RRHH y además formado por un gran equipo, pero utilizan la plataforma como apoyo y ayuda en los procesos de selección que elaboran. También trabajan con empresas medianas que externalizan todo el proceso de selección, y por último colaboran con empresas pequeñas que no se pueden permitir un departamento de RRHH, por lo que cuando les surge una incorporación, recurren a Selectube.

En cuanto al objetivo del tiempo, David nos comenta que por lo general, un proceso de selección de este tipo tarda en cerrarse aproximadamente un mes o mes y medio, ya que trabajan con perfiles que requieren su tiempo y que a la empresa no le corre prisa incorporarlos, sólo desean encontrar la persona adecuada. Han tenido procesos que han tardado varios meses, pero por temas internos de la empresa cliente, como por ejemplo un continuo cambio en el perfil que buscan, o el no disponer de tiempo para realizar las entrevistas personales. En lo que se refiere al plazo de presentación de candidaturas el tiempo transcurrido es de dos a tres semanas.

Para dar respuesta al tercer objetivo, David deja claro que el proceso no es 100% online. El cliente una vez vistas las video entrevistas elige a que candidatos va a realizar una entrevista personal. De esta forma se consigue que la empresa no pierda parte de su tiempo entrevistando a candidatos que no encajan en el perfil que desean incorporar, sino que todos los candidatos que hacen la entrevista personal cumplen todos los requisitos y están conformes con las condiciones del puesto.

Por último nos explica las ventajas e inconvenientes de utilizar la plataforma. En cuanto a las ventajas, la principal es que usando este medio se le ahorra al candidato el desplazarse a una entrevista donde no tiene opciones de pasar a la siguiente fase y crearse falsas ilusiones, y a la empresa se le ahorra el entrevistar a personas que desde el minuto uno, por cualquier razón, no han sentido que sean adecuadas para el puesto, pero que por educación y cortesía han tenido que realizarles dichas entrevistas, por lo que este método supone una gran ventaja para ambos.

Otra de las ventajas, es que el hacer este proceso online permite llegar a cualquier persona de cualquier localidad geográfica, y no limitarse sólo a gente cercana. Haciendo el mismo proceso de la forma tradicional se cierran puertas a personas que se encuentran lejos y

además hay que ajustarse a unos horarios. Con las video entrevistas, el candidato puede hacerlas a cualquier hora y desde casa sin la necesidad de desplazarse.

En cuanto al inconveniente que David Sacristán cree que puede tener el uso de esta plataforma, es que hay mucha gente que piensa que en una video entrevista no se siente realmente el feeling que hay entre el candidato y la persona entrevistadora, pero ello se soluciona con las entrevistas personales que se desarrollan en la última fase.

A pesar de haber tenido un buen crecimiento y muy buena aceptación por parte del mercado, hay muchas empresas que aún no usan esta plataforma. Las principales razones son las siguientes:

- La falta de conocimiento por parte de las empresas de su existencia.
- Desconocimiento de la forma en que trabajan o la creación de una idea equivocada.
- Empresas que prefieren hacerlo de forma tradicional.

3. METODOLOGÍA Y ESTUDIO EMPÍRICO

Para dar respuesta a los objetivos planteados en la introducción hemos usado distintos manuales, así como diferentes páginas webs y artículos de revistas. Con ello hemos dado respuesta al segundo y tercer objetivo.

- ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de utilizar este método?
- ¿Qué importancia tiene hoy en día usar Internet en el proceso de afectación?

Para responder al primer y cuarto objetivo hemos elaborado una encuesta que ha sido contestada por profesionales de RRHH especializados en reclutamiento y selección 2.0. También hemos utilizado algunas estadísticas a nivel nacional procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE). A continuación se encuentran los objetivos mencionados:

- ¿Es usado este método de reclutamiento y selección por profesionales de recursos humanos?, ¿y por las empresas españolas?
- ¿Qué redes sociales utilizan las organizaciones para realizar el proceso de búsqueda y selección de empleados?

En cuanto a los tres últimos objetivos relacionados con la plataforma digital, hemos realizado una entrevista a uno de sus fundadores, David Sacristán, la cual se ha desarrollado en el apartado anterior.

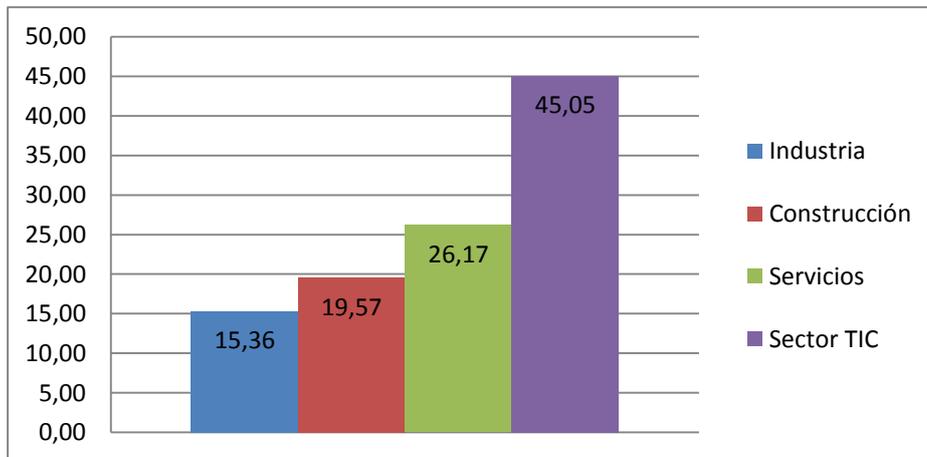
3.1 ENCUESTAS REALIZADAS A PROFESIONALES DE RRHH 2.0

Para realizar este trabajo de investigación, una vez realizada la parte teórica sobre el reclutamiento y la selección 2.0, y centrándonos en el ámbito de las redes sociales, hemos estudiado a 12 profesionales de Recursos Humanos que son especialistas en reclutar a través de ellas. En el anexo de este TFG hemos añadido la lista de personas encuestadas con sus respectivos nombres y apellidos así como sus cargos y las empresas de las que forman parte. Son expertos, debido a sus puestos de trabajos, en reclutar por redes sociales, además de tener experiencia en este ámbito. Al formar parte del departamento de RRHH y colaborar en los procesos de reclutamiento-selección, dan una imagen real de lo que está sucediendo hoy en día en el sector. Así, para obtener la información por parte de ellos, hemos elaborado un cuestionario del cual hemos extraído los datos. Dicho cuestionario consta de 20 preguntas, donde se formulan tanto preguntas cerradas como abiertas, relacionadas con el tema de investigación. Algunas de las cuestiones han sido sacadas del V Informe de Infoempleo-Adecco (año 2016) sobre las redes sociales y el mercado de trabajo, en cambio, otras fueron propiamente elaboradas. Las encuestas fueron entregadas a los profesionales de forma online, a través de la red profesional LinkedIn, por donde mantuvimos el contacto.

3.1.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Los profesionales de recursos humanos encuestados pertenecen al sector servicios, concretamente a consultorías de recursos humanos, y al sector de las TICs. El hecho de elegir estos dos sectores se debe a que a través del Instituto Nacional de Estadística hemos obtenido una serie de datos a nivel nacional referidos al año 2016, que nos muestra el porcentaje de empresas que utiliza la redes sociales por agrupación de actividad (porcentaje

sobre el total de empresas que usan medios sociales). Para observar dichos datos de una forma clara y concisa hemos elaborado la siguiente gráfica:



Grafica 1: Empresas que utilizan redes sociales por parte de los distintos sectores económicos a nivel nacional.

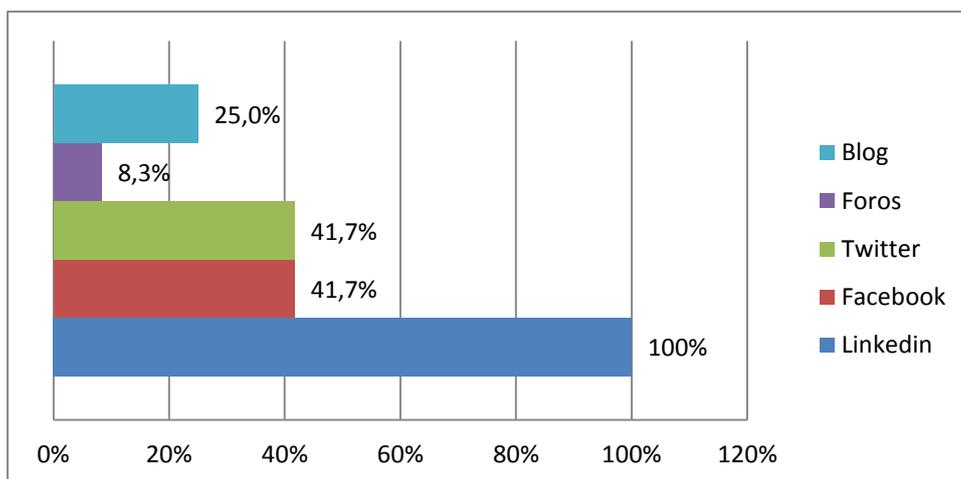
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como podemos ver, los sectores de actividad que más utilizan las redes sociales son el sector TIC con un 45,05% y el sector servicios, con un 26,17%. Esto puede deberse, por un lado, a que las empresas de TIC obviamente están más relacionadas con el mundo de las tecnologías y con los avances que a lo largo de los años se van produciendo. Por otro lado, las empresas pertenecientes al sector servicios poseen una relación más cercana con sus clientes, ya que su principal objetivo es atraer el mayor número posible de estos. Así, las redes sociales les facilita la consecución de dicho objetivo.

A continuación, presentamos los resultados que hemos obtenido por parte de los profesionales de RRHH encuestados.

A la pregunta de si utilizan las redes sociales para reclutar y seleccionar candidatos, el 100% ha respondido que sí, por lo que los departamentos de RRHH están incorporando este novedoso método en sus procesos de reclutamiento y selección.

La siguiente pregunta fue qué redes sociales utilizaban con más frecuencia para buscar candidatos o para obtener información de los mismos, a lo que respondieron lo siguiente:

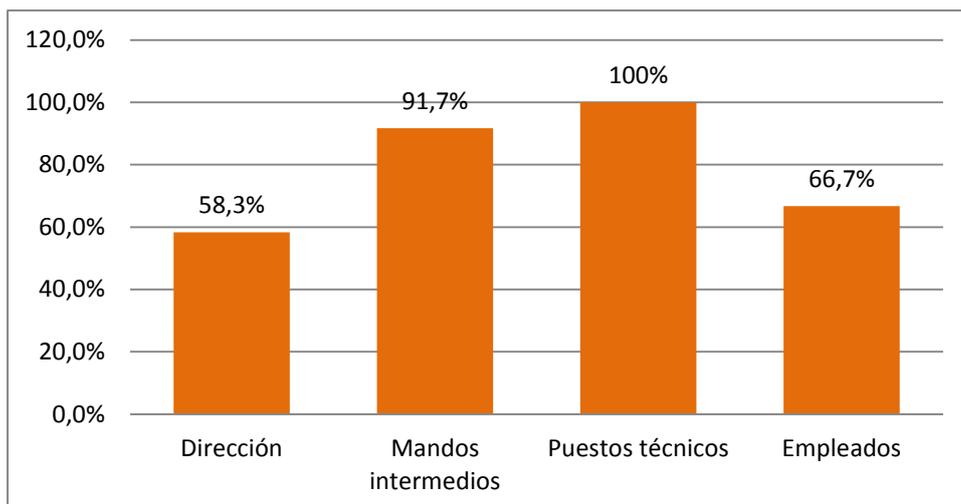


Gráfica 2: Redes sociales utilizadas para buscar candidatos y obtener información.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Como se observa en la gráfica, todos los profesionales de RRHH encuestados utilizan la red profesional LinkedIn (100%) para reclutar candidatos. Esto se debe a que LinkedIn es la red más adecuada para perfiles de mandos intermedios y de puestos técnicos, que son los perfiles más demandados en la red, lo cual viene representado en la gráfica 3, además de ser una gran base de datos de perfiles profesionales a nivel mundial. Además de esto, los usuarios de LinkedIn tienen mayor conciencia laboral. A esta red social le siguen Twitter y Facebook (41,7%) las cuales son las más utilizadas para el reclutamiento pasivo de los candidatos, esto es publicación de ofertas y espera de la inscripción por parte de los candidatos. También, ambas redes son las más indicadas para posicionar la marca empleadora de la empresa y para dar difusión a ofertas de empleo. Además, los profesionales recurren tanto a Twitter como a Facebook para la búsqueda de perfiles creativos.

En cuanto al tipo de candidatos, según su categoría profesional, que se busca a través de las redes sociales, los más demandados, como bien dijimos antes, son los mandos intermedios (91,7%) y los puestos técnicos (100%). Esto puede verse en la siguiente gráfica:



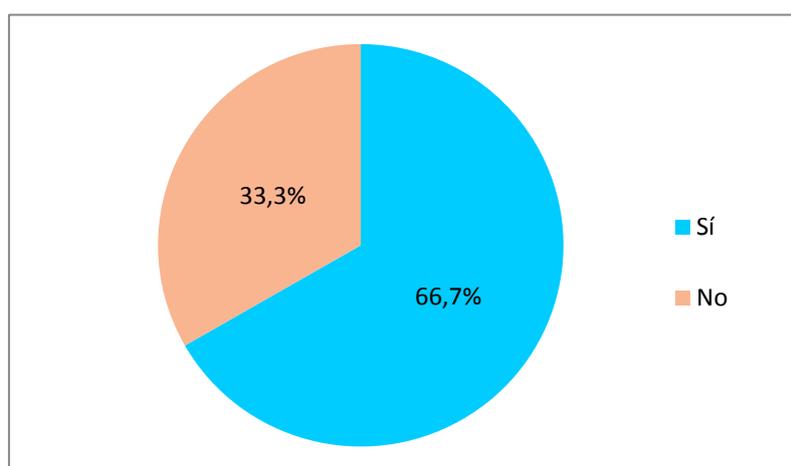
Gráfica 3: Tipos de candidatos buscados en redes sociales según su categoría profesional.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Según Juan Carlos Barceló, profesor de los Máster en Dirección de Recursos Humanos y MBA de IMF Business school, los puestos más demandados de mandos intermedios son los Jefes de Ventas, Jefes de producción, Jefes de Proyectos y Encargados.

El perfil de Directivo (58,3%) es el menos demandado en las redes sociales por los profesionales de RRHH. Esto puede deberse a la escasez de este tipo de puesto en las empresas.

Por otro lado, preguntamos a los profesionales de RRHH que si recurrían a algún servicio Premium (de pago) para realizar la atracción y captación de talento en las redes sociales.

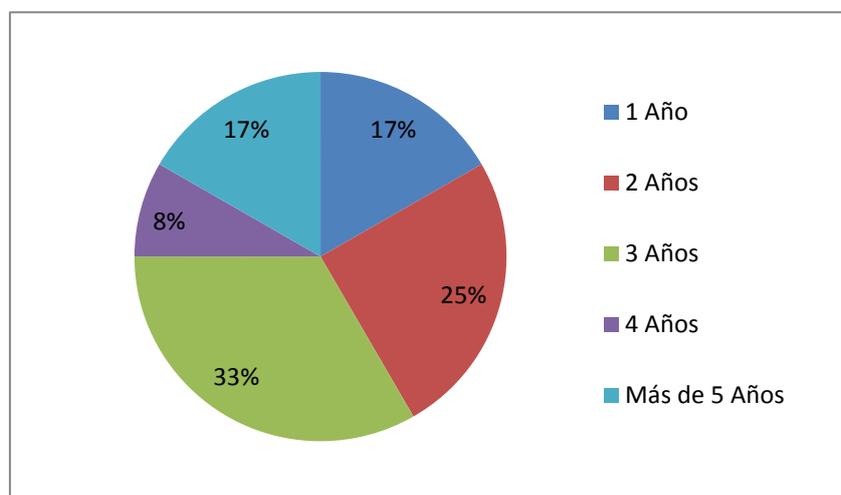


Gráfica 4: ¿Recorre a algún servicio Premium o de pago para realizar atracción y captación de talento en redes sociales?

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Como se puede observar en la gráfica, el 66,7% de profesionales utiliza un servicio de pago para la búsqueda de candidatos. Esto se debe a las limitaciones que presentan las cuentas gratuitas, por ejemplo LinkedIn limita las invitaciones enviadas a contactos para que formen parte de nuestra red, pero es algo que puede resolverse con la cuenta Premium. De esta manera podrán hacerse búsquedas más amplias y llegar a un mayor número de contactos. Además, disponiendo de una cuenta Premium los profesionales realizan un uso intensivo de la plataforma y sacan un mayor y mejor provecho de ella.

En cuanto al tiempo que lleva usándose este método de reclutamiento y selección por los profesionales de RRHH, la siguiente gráfica nos lo muestra:

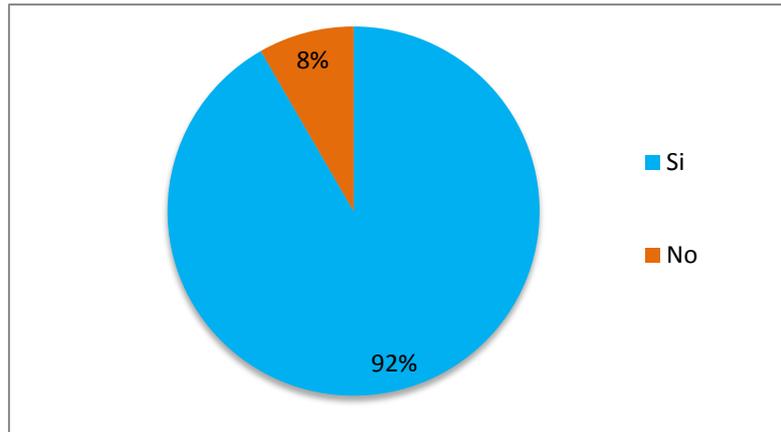


Gráfica 5: Años que llevan los reclutadores usando las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

La mayoría de ellos (33%) hace aproximadamente 3 años que utilizan las redes sociales como método para reclutar y seleccionar candidatos, seguido de los que llevan 2 años (25%), lo cual quiere decir que este método es aún novedoso para las empresas y no está implantado en su totalidad.

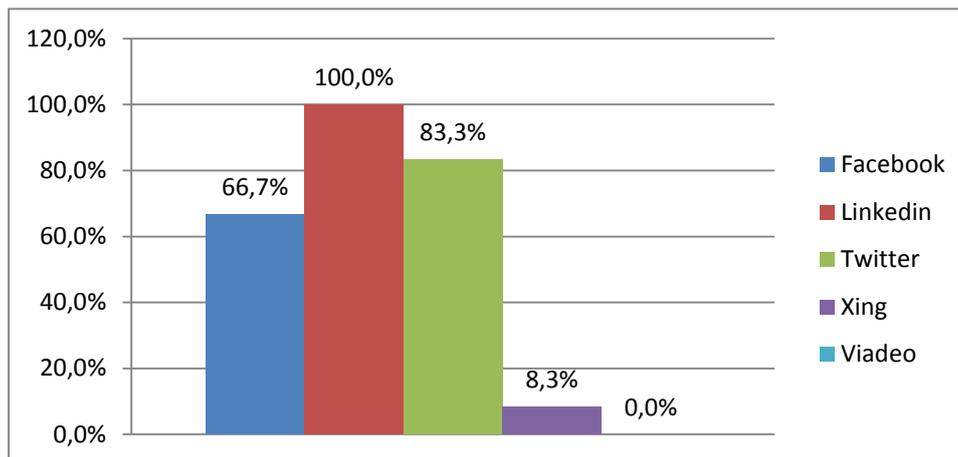
Por otro lado, el 92% de los profesionales encuestados afirman que su empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales, lo cual nos hace ver que actualmente la mayoría de empresas están presentes en la red, lo que facilita que usen este medio para publicar ofertas de empleo, para recibir currículums, para buscar candidatos, etc.



Gráfica 6: Presencia de las empresas en las redes sociales

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

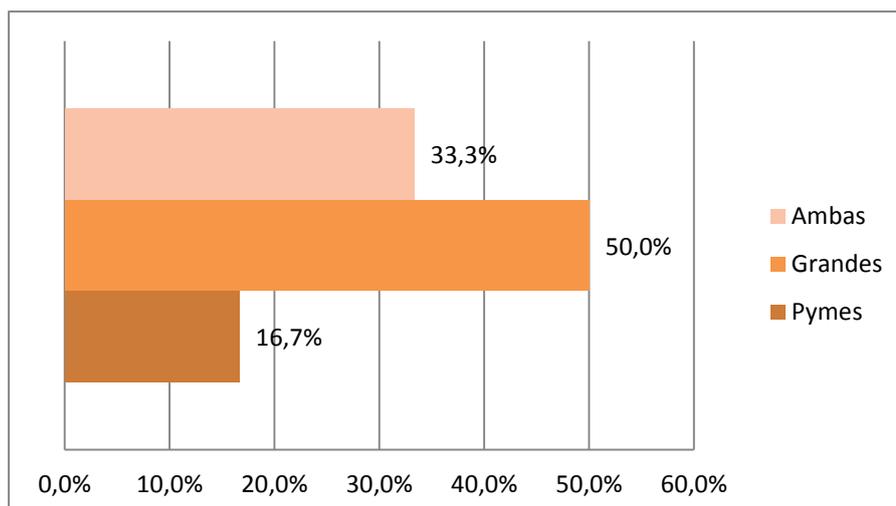
A continuación se muestra en la gráfica 7 las redes sociales en las que estas empresas tienen cuenta corporativa:



Gráfica 7: Redes sociales en las que las empresas tienen cuenta corporativas.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

LinkedIn (100%), seguido de Twitter (83,3%) y Facebook (66,7%) son las redes sociales más utilizadas por las organizaciones, al igual que son las más usadas por los reclutadores para la búsqueda de candidatos. Además, como se afirmó en el capítulo 2, estas tres redes sociales han revolucionado los procesos de reclutamiento y selección, ya que a través de ellas se pueden publicar ofertas y ser difundidas en cuestión de minutos. Xing (8,3%) y Viadeo son las redes sociales menos utilizadas, esto puede ser debido a la existencia de nuevas herramientas mucho más completas.



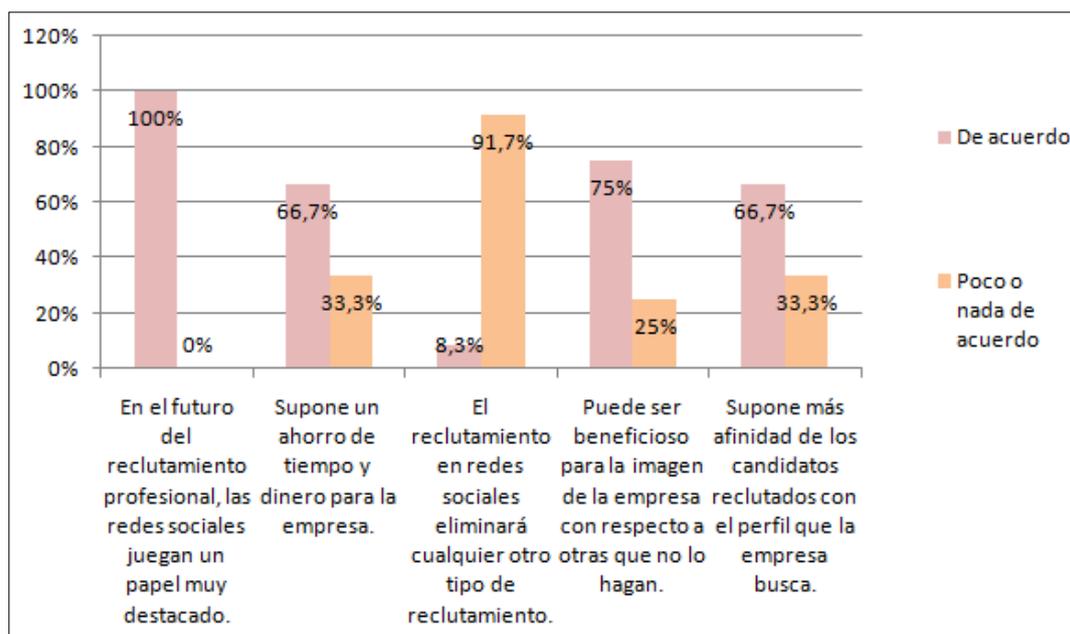
Gráfica 8: Utilización del reclutamiento y selección 2.0 por parte de las empresas según su tamaño.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

En esta octava gráfica podemos ver las empresas, en función de su tamaño, que utilizan las redes sociales para el proceso de afectación. Como indica la gráfica, son las grandes empresas (50%) las que más uso hacen de las redes sociales para la búsqueda de candidatos. Esto puede ser debido a que las empresas de mayor tamaño disponen de mayores recursos monetarios para utilizar las redes sociales como herramienta de reclutamiento, ya que pueden formar al personal de RRHH para que posean los conocimientos necesarios. Sin embargo, en las empresas de menor tamaño (PYMES) se utilizan en menor medida. Creemos que se debe a la falta de recursos monetarios, mencionados anteriormente. Además, la PYME española suele resistirse al cambio digital y no es consciente de las ventajas que tiene este tipo de reclutamiento.

Así, podemos decir que las grandes y medianas empresas junto a las multinacionales son las que principalmente están apostando por reclutar a través de redes sociales.

A continuación se encuentran algunos motivos por los que las empresas utilizan las redes sociales como medio de reclutamiento:

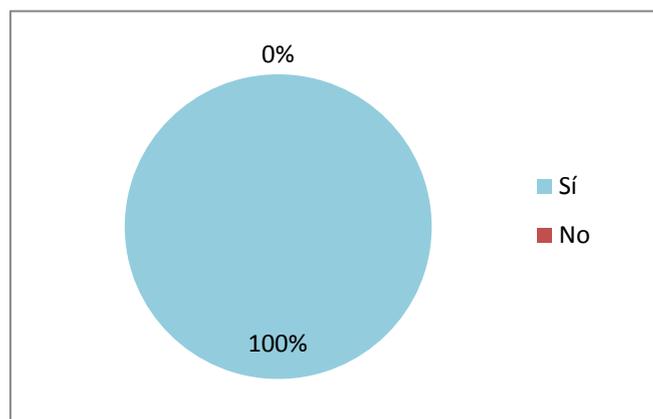


Gráfica 9: Motivos por los que las empresas usan las redes sociales para reclutar.

Fuente: elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Como se puede apreciar en la gráfica, los principales motivos por los cuales las empresas utilizan las redes sociales para reclutar son los siguientes: juegan un papel muy destacado en el proceso de reclutamiento, además puede ser beneficioso para la imagen de la empresa, y por último, reclutar por este medio supone una mayor afinidad de los candidatos con el perfil que se está buscando además de ahorrar tiempo y dinero a la empresa. Por otro lado, el motivo con el cual las empresas no están nada de acuerdo es el que indica que las redes sociales eliminarán cualquier otro tipo de reclutamiento. Esto es debido a que las empresas utilizan las redes sociales como herramienta complementaria a los portales de empleo, a la web corporativa y a otras herramientas tradicionales (información obtenida a través de la encuesta).

En lo referido a los candidatos, los que se encuentran activos en las redes sociales tienen más oportunidades laborales que los inactivos en este aspecto. Esto queda reflejado en la siguiente gráfica:



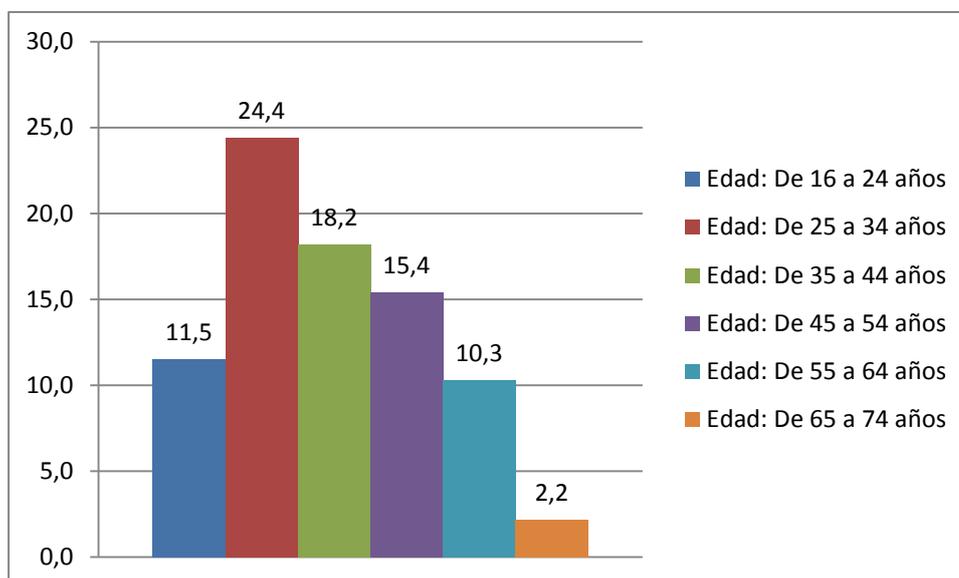
Gráfica 10: Los candidatos activos en las redes sociales tienen más oportunidades que los inactivos.

Fuente: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Como se observa, el 100% de los profesionales de RRHH creen que un candidato que frecuenta y que está presente en las redes sociales tiene más oportunidades laborales que el candidato que no lo hace. Estos profesionales nos explican varias razones por las cuales han llegado a esta conclusión. En primer lugar, en ciertos sectores, no tener presencia digital puede hacer que un potencial candidato quede excluido del mercado laboral, ya que si no está presente el reclutador no podrá encontrarlo. Además cuando se publica una oferta, dicho candidato no sabrá de ella y no se inscribirá. En segundo lugar, estar presente en redes sociales aumenta las probabilidades de que un reclutador se fije en el perfil del candidato y se ponga en contacto con él, lo cual no ocurre con un candidato inactivo. Además, el nuevo concepto "personal branding" (marca personal), juega un papel muy importante para tener más y mejores oportunidades laborales, es como el marketing de un producto, es decir, hace que el candidato tenga más visibilidad. En tercer lugar, el estar presente en la red hace que tengamos más actividades y gracias a ellas consigamos más contactos que nos lleven a esas oportunidades de empleo. En cuarto lugar, un candidato activo demuestra estar al día en cuanto a los conocimientos de las nuevas tecnologías, lo cual es un punto a favor en el siglo en el que estamos. Por último, dicho candidato, aún sin notarlo, deja ver conocimientos y habilidades que pueden colaborar con el proceso de selección y sus aptitudes y actitudes pueden ser valoradas (por ejemplo cuando el candidato está siendo partícipe en una conversación.)

A través del Instituto Nacional de Estadística hemos obtenido una serie de datos a nivel nacional referidos al año 2015, los cuales hemos representado en la gráfica 10, que nos

muestra el porcentaje de personas, según la edad, que participan en redes sociales de tipo profesional.



Gráfica 11: Porcentaje de personas que participan en redes sociales de tipo profesional, según la edad de los encuestados 2015.

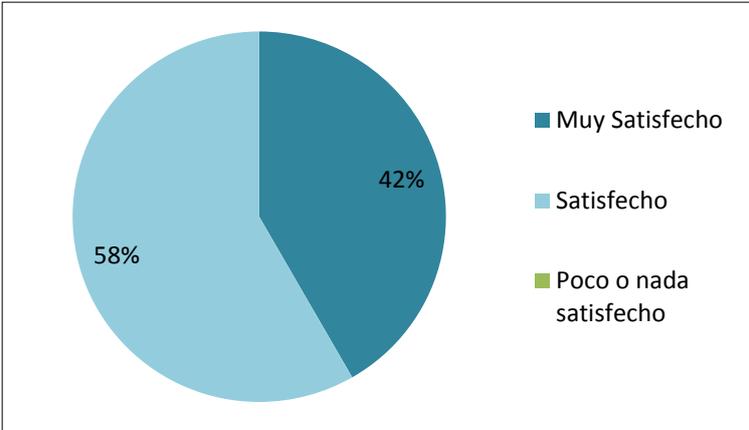
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según la gráfica, las personas que se encuentran en el tramo de edad comprendida entre los 25 a 34 años (24,4%) son las que más participan en redes sociales profesionales, seguido de las personas que tienen entre 35 a 44 años (18,2%). Estos datos podemos respaldarlos con lo que cuenta Pedro Rojas (2010) en su libro, el cuál dice que las personas con edad comprendida entre 25 y 45 años son las que normalmente participan en redes sociales.

En cambio, las personas que tienen entre 65 a 74 años (2,2%), dan un uso escaso a las redes sociales profesionales. Esto puede deberse a que las personas que se encuentran en ese tramo de edad ya no forman parte del mercado laboral por estar jubiladas. El segundo intervalo de edad que menor uso hace de ellas está comprendido entre los 55 a 64 años (10,3%). Por tanto, podemos decir que a medida que aumenta la edad, el uso de las redes sociales y de Internet disminuye. Además, las personas mayores de 45 años no suelen confiar en las redes sociales y no saben cómo sacarle provecho, ya que no conocen mucho la tecnología y están desinformadas de este tipo de herramientas.

En cuanto a la pregunta de si el resultado obtenido a través de esta vía es positivo, el 100% de los encuestados afirman que sí. Esta cuestión se puede respaldar con la satisfacción que

los profesionales tienen con los perfiles que han encontrado en sus búsquedas por redes sociales, lo cual se muestra en la siguiente gráfica:

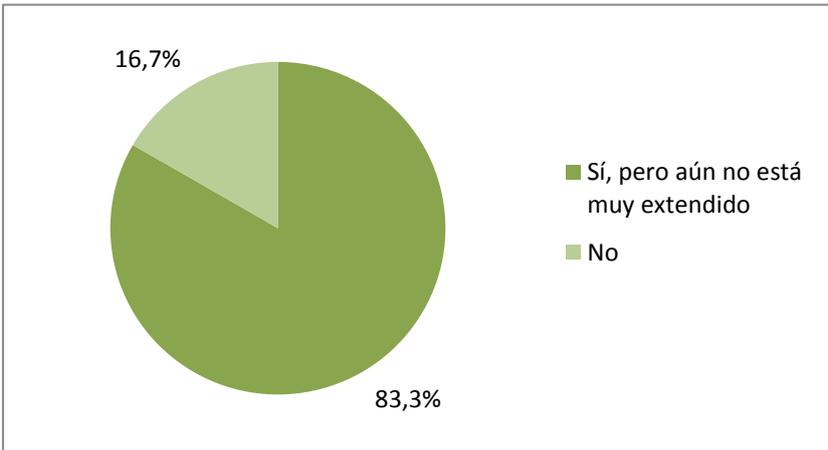


Gráfica 12: Satisfacción con los perfiles de candidatos que se han obtenido por redes sociales.

Fuente: elaboración propia. Resultados de la encuesta.

Como podemos ver, el 58% de los encuestados afirman estar satisfechos con los perfiles que han obtenido por esta vía, y el 42% está muy satisfecho. Esto puede ser debido a que el reclutador va buscando al candidato que más encaje con los valores y cultura de la empresa. Además la calidad es mucho mejor ya que el reclutador es el que elige al candidato y lo busca a través de palabras claves con los requisitos que desea para su empresa. De esta manera el resultado será mucho más efectivo.

Otra de las cuestiones fue si el reclutamiento y selección 2.0 es realmente utilizado por las empresas, a lo que contestaron lo siguiente:



Gráfica 13: Utilización del reclutamiento y selección 2.0 por las empresas.

Fuentes: Elaboración propia. Resultados de la encuesta.

El 83,3% de los profesionales de RRHH encuestados creen que este método es utilizado hoy en día pero que aún no está muy extendido por todas las empresas. Esto puede deberse a que aproximadamente un 90% del tejido empresarial español está compuesto por PYMES, y como dijimos anteriormente, las PYMES eran las que menos utilizaban esta vía para reclutar y seleccionar. Además el reclutamiento 2.0 requiere de un cambio de cultura de empresa hacia la empresa digital, y existen muchas empresas que se resisten a este cambio por formar parte de sectores muy tradicionales y que aun no están abiertos a nuevas tecnologías. Además de esto, puede que no dispongan de un personal formado, y los profesionales en este tipo de selección necesitan formarse y adaptarse al entorno virtual, para así ser capaces de identificar a los candidatos más idóneos en entornos globalizados.

Otra razón por la cual las empresas no utilizan aún esta vía es por el desconocimiento de los resultados que se obtienen, y por tener poca afinidad con las redes sociales. También, el uso de estas depende de los perfiles que se reclutan, ya que los perfiles muy específicos no se encuentran fácilmente a través de redes sociales (por ejemplo: fabricante de marionetas de madera). Además, hay empresas que cuentan con una importante base de datos interna y recurren a ellas. Por último, existen empresas con un volumen de selección no lo suficientemente grande como para necesitar de técnicos especialistas en este tipo de reclutamiento.

Por último, los profesionales de RRHH encuestados nos han comentado algunos aspectos negativos que se han encontrado al reclutar candidatos por las redes sociales. En primer lugar, no todas las personas que tienen un perfil en las redes sociales lo mantienen activo, por lo que en algunas ocasiones dificulta el poder contactar con los candidatos, lo cual supone cierta limitación. En segundo lugar, la imagen que se da en las redes sociales no siempre es la más real. Además, hay candidatos que mienten en cuanto a su perfil profesional. En tercer y último lugar, realizar el proceso de reclutamiento a través de redes sociales permite ver y conocer aspectos técnicos del sujeto, sin embargo, hay aspectos personales que no se observan al realizar el proceso de esta forma

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tras el estudio de investigación que hemos realizado sobre el reclutamiento y selección 2.0, podemos concluir que las redes sociales son un método que realmente utilizan los profesionales de RRHH para reclutar candidatos, aunque las utilizan de forma complementaria a los portales de empleo, la web corporativa de la empresa y otras herramientas tradicionales, por lo que a partir de los resultados obtenidos apoyamos la teoría expuesta a lo largo de este TFG.

Como se ha obtenido en este estudio, la mayoría de empresas utilizan Internet y están presentes en las redes sociales con su correspondiente cuenta corporativa, de ahí la importancia de este medio hoy en día para buscar trabajo por parte de los candidatos y para buscar personal por parte de los profesionales.

Esta herramienta, como cualquier otra, tiene sus ventajas e inconvenientes al utilizarla en el proceso de reclutamiento-selección. Como ventajas principales, encontramos el identificar talento de cualquier área geográfica y el importante ahorro en los costes de publicación y difusión de ofertas de empleo, así como en la búsqueda de perfiles en el proceso. Además, la calidad de los candidatos es muy superior a los resultados obtenidos a través de las fuentes tradicionales y no hay la necesidad de leer y cribar cientos de currículums para encontrar al candidato idóneo, ya que se dispone de numerosos filtros. Como desventajas encontramos el riesgo de exclusión de candidatos que no tienen perfil en la red, ya que existe cierto analfabetismo digital en determinados rangos de edad. Además no todos los perfiles muestran información real, ni todas las personas mantienen el perfil activo. Pero, aún teniendo en cuenta los inconvenientes mencionados, las ventajas del reclutamiento y selección 2.0 adquieren un mayor peso a la hora de reclutar y seleccionar personal.

Otra conclusión que obtenemos de este estudio es que a pesar de que este medio supone un ahorro de costes para todas las empresas, son las grandes empresas las que más utilizan las redes sociales como medio para reclutar, y al estar compuesto la mayoría del territorio español por PYMES, este método no está aún muy extendido por España, aunque poco a poco va adquiriendo mayor protagonismo por los profesionales de RRHH, ya que es un método fácil y atractivo.

En cuanto a los sectores de actividad, el sector de las TICs es el que más uso hace de las redes sociales para reclutar, debido a que los perfiles que buscan están presentes en la red

por ser los más conocedores de las tecnologías de la información y la comunicación, seguido del sector servicios, por la cercanía con sus clientes actuales y potenciales.

Además, la red social profesional mejor valorada por profesionales de RRHH para la búsqueda de candidatos es LinkedIn por ser la mayor base de datos de perfiles profesionales y usada por los candidatos con fines laborales. Seguida de esta, se encuentra Twitter y Facebook, redes sociales con una gran cantidad de usuarios registrados en todo el mundo y donde la mayoría accede a ellas diariamente. Sin embargo, las redes profesionales de Xing y Viadeo son las menos utilizadas hoy en día.

También podemos deducir que las redes sociales a pesar de ser utilizadas por profesionales de RRHH, aun no llevan muchos años empleándose para reclutar y seleccionar candidatos, aunque poco a poco irán adquiriendo mayor protagonismo en este ámbito, ya que el principal motivo por el que se utilizan las redes sociales es por el papel destacado que estas juegan en el futuro, además de ser beneficioso para la imagen de la empresa y por la mayor afinidad que tienen los candidatos con ella.

Otra conclusión que hemos obtenido con respecto a los candidatos es que los que están presentes en las redes sociales tienen más oportunidades laborales que los que no lo están, ya que es un medio donde reclutadores pueden encontrarnos y conocernos. Con lo referido a la edad, son las personas con una edad comprendida entre los 25 y 45 años las que más participan en redes sociales.

En general, concluimos que el resultado que se obtiene por esta vía es positivo y que los profesionales de RRHH están satisfechos con los perfiles incorporados a la empresa con este medio, por lo que es una buena práctica el emplear esta herramienta en los procesos de reclutamiento y selección.

Con respecto a las plataformas digitales, cabe destacar que son un medio que también ahorran mucho tiempo a las empresas debido al uso de las video entrevistas de las que disponen. Gracias a ellas el seleccionador sólo ve a los candidatos más adecuados al puesto y realiza una entrevista personal a aquellos que más les llame la atención, sin necesidad de perder el tiempo realizando entrevistas a candidatos que no se ajustan al puesto a cubrir.

Con este estudio, llegamos a la conclusión de que por mucho que se utilice Internet, redes sociales y plataformas digitales, el proceso de reclutamiento-selección no es 100% online, siempre se realiza una entrevista personal, pero de esta manera solo se hace dicha

entrevista a los candidatos que encajan con la vacante, lo cual es muy ventajoso para la empresa con respecto al tiempo que ahorran y con la calidad de los perfiles que obtienen.

5. VALORACION PERSONAL

Desde mi punto de vista, el activo más importante de toda organización es su capital humano, y el valor que este aporta a su trabajo y a la organización es lo que determina la diferencia de cada empresa, por lo que es necesario encontrar y retener el mejor talento. Para ello contamos con las redes sociales, que son un medio eficaz y muy cómodo para reclutar y seleccionar candidatos, ya que sólo se necesita un ordenador conectado a Internet y saber cómo y dónde buscar.

En mi opinión, para poder incorporar las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección y para que se utilicen correctamente es necesario que las empresas dispongan de un personal formado y especializado en redes sociales, por lo que aquellas que no disponen de él deberían invertir en este tipo de herramientas para ser competitivas al igual que las empresas que ya utilizan este medio para reclutar y seleccionar.

También estoy de acuerdo con la opinión de los profesionales de RRHH en que un candidato que no está presente en la red tiene menos oportunidades laborales que el que sí lo está, ya que hoy en día Internet y las redes sociales forman parte de nuestra vida cotidiana y al igual que las empresas disponen de una cuenta corporativa, todos deberíamos tener un perfil en las redes sociales y mantenerlo activo, interactuar en grupos, comentar en blogs, participar en foros, etc., para que así los reclutadores que buscan talento den con nosotros y nos hagan formar parte del proceso. Además debemos cuidar nuestra huella digital y nuestro personal branding.

Además de esto, pienso que al igual que las nuevas tecnologías se fueron implantando en los procesos de producción y cambiaron la forma de hacer las cosas, los procesos de reclutamiento y selección también cambiarán por completo en un futuro no muy lejano y las redes sociales y las plataformas digitales serán utilizadas por todas las empresas o por la mayoría de ellas, ahorrando tiempo y dinero en dichos procesos, además de cubrir los puestos de trabajo con candidatos que se ajusten por completo, por lo que el resultado será más que positivo.

6. BIBLIOGRAFIA

- Afiencyl, (2014). Asociación para el fomento de la iniciativa empresarial en Castilla y León. "Selectube", la plataforma de empleo y selección 2.0. Recuperado el 7 de Abril de 2017, de: <http://afiencyl.es/wp/selectube-la-plataforma-de-empleo-y-seleccion-2-0/>
- Blasco, R. D. (2004). "Reclutamiento, selección de personal y las tecnologías de la información y de la comunicación". Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 20 (2), 141-167.
- Dolan S., Valle Cabrera R., Jackson S., Shuler R. (2003). *La gestión de los recursos humanos. Preparando profesionales para el siglo XXI*. Madrid: McGraw-Hill
- Menéndez, R. (2015). DIGITALIZACIÓN DE LOS RRHH EN LAS EMPRESAS | Feria del Empleo FEED. Retrieved March 18, 2017. Recuperado de: <http://feriadeempleo.es/digitalizacion-de-los-rrhh-en-las-empresas/>
- Moreno M. (2017). *TreceBits. Redes Sociales y Periodismo 2.0*. Recuperado el 6 de Abril de 2017, de: <http://www.trecebits.com/2017/02/02/facebook-ya-tiene-1-860-millones-de-usuarios/>
- R. Daniel, Valladolid (13 de Enero de 2014). Nace Selectube, primera plataforma 'online' de videoselección de personal. El Economista. Recuperado de: http://www.clipmedia.net/ficheros/2014/01_ene/ev259.pdf
- Vallejo, A. (2012): *Cómo usar las redes sociales para conseguir un empleo*. Bubok.
- Alcaide Castro, M., González Rendón, M. y Flórez Saborido, I. (2016). *Dirección de Recursos Humanos II*. Universidad de Sevilla.
- Álvarez R. (2017). *Portales de Empleo. Guía 2017*. Recuperado el 2 de Abril de 2017, de: <http://www.citapreviainem.es/portales-de-empleo/>
- Anónimo (2016). ABC Economía. Twitter se estanca en ingresos y número de usuarios. Recuperado de: http://www.abc.es/economia/abci-twitter-estanca-ingresos-y-numero-usuarios-201607270308_noticia.html
- Arce D. (2011). Entrevistas grabadas: ¿El futuro de la selección de personal? Recuperado el 29 de Abril, de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/entrevistas-grabadas-el-futuro-de-la-seleccion-de-personal>
- Arentes B. (2016). *Los Mejores Hashtags para compartir Ofertas de Empleo en Redes Sociales*. Recuperado el 6 de Abril de 2017, de: <http://blog.talentclue.com/mejores-hashtags-para-compartir-ofertas-de-empleo-en-redes-sociales>
- Bonache, J. y Cabrera, Á. (2006). *Dirección Estratégica de Personas: Evidencias y perspectivas para el siglo XXI*. Madrid: Prentice Hall.
- Buenadicha Mateos M. (2015). *El reclutamiento de personal a través de los sitios web corporativos. Valoración desde la perspectiva de la web como servicio electrónico y como producto* (Tesis doctoral). Recuperada de: http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/4009/TDUJEX_2016_Buenadicha_Mateos.pdf?sequence=1

- Chiavenato I. (2011). *Administración de recursos humanos. El capital Humano de las organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill
- El Economista, (2008). *La Red Social Xing es mucho más que una Red de Empleo*. Recuperado el 4 de Abril de 2017, de: <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/820424/10/08/La-red-social-XING-es-mucho-mas-que-una-web-de-empleo.html>
- Empleos por sectores (2015). Direcciones de Empleo por sectores. Recuperado el 8 de Abril de 2017, de: <http://marcaempleo.es/empleo/webs-empleo-por-sectores/>
- Febrer Barber A. (2009). *Web Corporativa vs Web de producto*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de <http://www.afcontext.com/web-corporativa-vs-web-de-producto/>
- García Castro P., Gatica Barrientos M. L., Cruz Sosa E., Luis Gatica K., Vargas Hernández R., Hernández García J., Ramos Velázquez V. y Macías Díaz D. M. (2016). Procesos de Reclutamiento y Las Redes Sociales. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 6(12), 7-9.
- González, R. (2005): *Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de RRHH: Las TICs como herramienta de mejora permanente del capital humano*. Editorial Ideas Propias, Vigo.
- Grados Espinosa, J. (2013). *Reclutamiento: selección, contratación e inducción del personal*. Recuperado de: <http://0-site.ebrary.com.fama.us.es/lib/unisev/reader.action?docID=10853636>
- Guelbenzu J., Vázquez I., (2016). *Informe 2016 Infoempleo-Adecco: Redes Sociales y Mercado de Trabajo* (V informe). Recuperado de: <http://www.adeccorientaempleo.com/webwp/wp-content/uploads/2017/02/Informe-2017-Empleo-y-Redes-Infoempleo-Adecco-2.pdf>
- Guillén C, (2014). *La evolución del reclutamiento y la selección: ¿en qué fase estás?* Recuperado el 29 de Abril de 2017, de: <http://blog.talentclue.com/la-evolucion-del-reclutamiento-y-la-seleccion-en-que-fase-estas>
- Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/>
- Iván Thompson (2006). Definición de Empresa. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- López Acera A. (2016). *Buscando Empleo. Tres Redes Sociales Profesionales y ninguna es LinkedIn*. Recuperado el 4 de Abril de 2017, de: <http://blogs.lasprovincias.es/buscando-empleo/2016/01/28/3-redes-sociales-profesionales-y-ninguna-es-linkedin/>
- Manjarrez B. (2015). Las vídeo entrevistas en el proceso de reclutamiento y selección. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de: <https://www.linkedin.com/pulse/las-video-entrevistas-en-el-proceso-de-reclutamiento-y-manjarrez>
- Moreno Pastor A. (2015). *Nuevos Métodos De Reclutamiento De Personal* (Trabajo Fin De Grado) Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/3610/1/TFG001082.pdf>
- Narváz Piñones A., Nochebuena Perdomo R., (2015). *El Internet y Las Redes Sociales Como Herramienta En El Reclutamiento y Selección de Personal* (Trabajo Fin De Grado). Recuperado de: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/41220/1/narvaezquinonesalejandra.pdf>

- Pedro Rojas (2010). Blog de Pedro Rojas: Reclutamiento 2.0 – Innovación, ventajas y desventajas en RRHH. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de: <http://www.seniorm.com/reclutamiento-20-innovacion-ventajas-desventajas-en-rrhh/>
- Pérez Serna J. (2009). Selección de Personal Por Internet: Ventajas e inconvenientes. Recuperado el 28 de marzo de 2017, de <https://www.pymesyautonomos.com/tecnologia/seleccion-de-personal-por-internet-i-ventajas-e-inconvenientes>
- Rojas P. (2010). Reclutamiento y selección 2.0: la nueva forma de encontrar talento. Recuperado de: <http://0-site.ebrary.com.fama.us.es/lib/unisev/reader.action?docID=10623859>
- Rojas A. (2014). *Reclutamiento de personal a través de la Web Corporativa*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de: <http://www.sbgdisenoweb.es/reclutamiento-de-personal-traves-de-la-web-corporativa/>
- Santiago Pereda, M., Berrocal Berrocal, F. (2011). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos por Competencias*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.
- Valls Arnau, M. (2016). *Las Redes Sociales: herramienta de gestión empresarial*. Recuperado de: <http://0-site.ebrary.com.fama.us.es/lib/unisev/reader.action?docID=11217391>
- Gasalla Dapena, J.M. (2015). *La Dirección de Personas*. Recuperado de: <http://0-site.ebrary.com.fama.us.es/lib/unisev/reader.action?docID=11295818&ppg=10>

ANEXOS

FORMULARIO PARA LOS PROFESIONALES DE RRHH. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN 2.0

1. ¿A qué sector pertenece su empresa?
2. ¿Utiliza redes sociales para reclutar y seleccionar candidatos? Si/No
3. ¿Qué red social usa con más frecuencia para buscar candidatos o para obtener información?
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Twitter
 - Foros
 - Blogs
4. ¿Qué red profesional cree que es la más adecuada para reclutar y seleccionar?
5. ¿Qué medios utiliza para buscar a los posibles candidatos para los puestos que desea cubrir?
 - Portal Web de empleo
 - Redes Sociales
 - Web corporativa
 - Contactos personales
6. ¿Cuánto tiempo hace que utiliza las redes sociales para reclutar?
7. ¿Qué tipo de profesionales, según su categoría profesional, busca a través de redes sociales?
 - Dirección
 - Mandos intermedios
 - Puestos técnicos
 - Empleados

8. ¿Su empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales? Sí/No
9. ¿En cuáles de las siguientes redes sociales tiene su empresa cuenta corporativa?
- Facebook
 - LinkedIn
 - Twitter
 - Xing
 - Viadeo
10. ¿Recurre a algún servicio Premium o de pago para realizar la atracción o captación de talento en redes sociales? Sí/No
11. Seleccione las casillas en las que está de acuerdo.
- En el futuro del reclutamiento profesional, las redes sociales juegan un papel muy destacado.
 - Reclutar por medio de las redes sociales supone un ahorro de tiempo y dinero para la empresa.
 - El reclutamiento en redes sociales eliminará cualquier otro tipo de reclutamiento.
 - Reclutar a través de las redes sociales, puede ser beneficioso para la imagen de la empresa con respecto a otras que no lo hagan.
 - Reclutar por medio de redes sociales supone más afinidad de los candidatos reclutados con el perfil que la empresa busca.
12. ¿Cree que un candidato activo en las redes sociales, tiene más oportunidades laborales que uno inactivo en este aspecto? Justifique su respuesta.
13. ¿Alguna vez ha seleccionado o rechazado a algún candidato por su actividad en las redes sociales? Sí/No
14. ¿Qué ventajas cree que tiene reclutar y seleccionar a través de redes sociales?, ¿e inconvenientes?

15. En tu opinión, ¿Qué aspectos negativos te has encontrado al reclutar candidatos a través de redes sociales?
16. ¿Está satisfecho con los perfiles de candidatos que ha encontrado en sus búsquedas a través de redes sociales?
- Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Poco o nada satisfecho
17. ¿Es positivo el resultado que se obtiene a través de esta vía?
18. ¿Crees que es realmente utilizado el reclutamiento y selección 2.0 por las empresas y profesionales?
19. En tu opinión, ¿Qué tipo de empresas cree que utiliza más este reclutamiento y selección 2.0, las pequeñas o las grandes empresas?
20. Las empresas que aún no utilizan estas herramientas, ¿a qué crees que es debido?

FORMULARIO PARA EL FUNDADOR DE LA PLATAFORMA SELECTUBE

1. ¿Cómo os surge la idea de crear esta plataforma?
2. ¿Desde qué año existe?
3. ¿Tiene éxito la plataforma de reclutamiento y selección 2.0?
4. ¿Realmente usan las empresas y las personas esta plataforma?
5. ¿Cómo realizáis el proceso desde que la empresa cliente os solicita la búsqueda de un candidato hasta que lo encontráis?
6. ¿Cuánto tiempo aproximadamente tarda el proceso?

7. ¿Qué tipo de profesionales suelen buscar las empresas?
8. ¿Son realmente buenos los candidatos que se obtienen a través de la plataforma?
9. ¿Está satisfecho con los candidatos que ha encontrado?
10. ¿Se han seleccionado a muchos candidatos de esta forma?
11. ¿Cómo se realizan las video entrevistas?
12. ¿Qué ventajas tiene utilizar este método?
13. Diga algún aspecto negativo al reclutar de esta forma.
14. ¿Utilizáis filtros para los currículums?
15. ¿Qué tipo de empresas, según su tamaño, son clientes vuestros?
16. ¿Es realmente online todo el proceso?
17. Las empresas que aún no reclutan y seleccionan de esta forma, ¿A qué crees que es debido?

NOMBRES Y APELLIDOS DE LOS PROFESIONALES DE RRHH ENCUESTADOS Y EMPRESAS EN LAS QUE TRABAJAN

- 1. Igor Hernández Irahola:** Consultoría en Reclutamiento, Gestión de Talentos y Desarrollo de Carreras profesionales. Global Professional Services Partnes, Inc. (subcontrataciones).

2. **Vanessa Andreina Blanco:** Teknei España (servicios y tecnologías de la información). Técnico de Selección IT, Recruiter 2.0, Headhunter, Dpto. de RRHH.
3. **Daniel Sánchez Ceballos:** Valencia Work - Empresa de Trabajo Temporal. Técnico de Selección y Reclutamiento.
4. **Virginia Canales Cisneros:** Interim Talent Solutions (Consultoría de Recursos Humanos). Desarrollo de negocio y RRHH.
5. **Víctor Candel:** Socio Director de Etrania Human Resources & Training (Recursos Humanos). Profesor de Máster en Dirección y Gestión de RRHH.
6. **Daniel Martos:** Senior Recruiter. TravelPerk (viajes de negocios y gestión de viajes). Especialista en Reclutamiento 2.0. Formador y Consultor.
7. **Xavi Almirall:** Talent Search People (Dotación y selección de Personal). Técnico de Selección 2.0.
8. **Ana Amado Lopera:** Dopp Consultores. Consultora de RRHH.
9. **Juan Carlos Barceló Sánchez:** Consultor y formador de Recursos Humanos, RRHH 2.0 y marketing Online. Socio Fundador en Abrida Asesores. Profesor en el Posgrado en Recursos Humanos 2.0 y Redes Sociales en Inesdi. Profesor del MBA y RRHH IMF Business School. Profesor de Marketing Consulta Formación.
10. **Elena Tomás Carrascosa:** Técnica de Empleo en YMCA España. Colaboradora en Marketing Live Consulting (Marketing y Publicidad).
11. **Miguel Ángel Pérez Laguna:** Responsable de selección internacional en Fundación Internacional. Manager Selección y Desarrollo de RRHH en un mundo Digital.
12. **Lucía Mera:** Técnico Selección IT (Tecnología de la Información) en Grupo Norconsulting (Recursos Humanos).