

El 49% de las empresas utiliza las redes sociales para seleccionar personal

Publicado el 06-09-2010 por E&E. Madrid

Entre los que afirman utilizar las redes sociales aseguran que éstas no son su principal herramienta de trabajo a la hora de seleccionar personal, pero sí que recurren a ellas de forma esporádica, especialmente para la búsqueda de profesionales técnicos altamente cualificados, directivos y mandos intermedios, según un estudio de Unique.

El 49% de los directivos de recursos humanos y responsables de selección de personal de empresas españolas de diversos sectores hace uso de las redes sociales para el desempeño de su actividad profesional; un 44% asegura utilizarlas de forma esporádica, y un 5% reconoce que sólo lo hace para la búsqueda de perfiles profesionales muy concretos. Por el contrario, un 45% afirma que nunca utiliza las redes sociales como fuente de reclutamiento.

Según el estudio realizado por Unique sobre el uso de las redes sociales y profesionales como fuentes de reclutamiento y selección de personal, realizada a más de mil directivos del sector, entre los que afirman utilizar las redes sociales aseguran que éstas no son su principal herramienta de trabajo a la hora de seleccionar personal, pero sí que recurren a ellas de forma esporádica, especialmente para la búsqueda de profesionales técnicos altamente cualificados, directivos y mandos intermedios. También destacan de las redes sociales la facilidad de rápido contacto y la interactividad que ofrecen, principalmente en casos de búsquedas internacionales de personal.

Además de para reclutar candidatos, las redes sociales tienen otros usos más extendidos entre el colectivo de los recursos humanos. A la pregunta de qué utilidades dan a las redes sociales, el 32% afirma buscar activamente a personas y perfiles que puedan encajar con el proceso de selección y un 24% se decanta por utilizarlas para contrastar referencias de candidatos. También el 18% de los encuestados le dan una utilidad bien diversa: no sólo las usan para buscar o contrastar información, sino que las utilizan para ofrecer vacantes de empleo. La mitad de ellos (9%) prefiere hacerlo a través de secciones y grupos creados para tal fin por otras personas u organizaciones y el resto lo hacen a través de grupos y páginas corporativas de la propia compañía.

Los **portales de empleo** que conviven en Internet junto con las redes sociales, seguirán haciéndolo en el futuro, en ningún caso éstas desbancarán a los portales de empleo, líderes en búsqueda de personal hoy en día. Eso sí, es muy posible que éstos tengan que sufrir un proceso de adaptación para incorporar todas las funcionalidades de las redes, según el 14% de los directivos.

Utilidad

Un 44% de los encuestados opina que a las redes se les da más importancia de la que realmente tienen en términos de eficacia a la hora de buscar candidatos. No es una herramienta más rápida, ni más útil, simplemente permite contactar con muchas personas a las que no se llegaría o costaría más por métodos ya considerados hoy tradicionales.

"Actualmente vivimos en la época de las redes sociales pero de aquí a un par de años será una herramienta más que convivirá con el resto", responden un 43% de los encuestados.

Además, las empresas en España no fomentan el uso de los *social media* para reclutar personal. El 61% afirma que no se ha llevado a cabo ninguna remodelación en los métodos de trabajo a raíz del boom de las redes sociales e, incluso, un 9% dice que en su empresa son vistas como un mero pasatiempo.

Únicamente un 6% de los encuestados indica que en sus empresas no sólo se fomenta el uso de las redes, sino que incluso se han desarrollado acciones formativas y procedimientos para optimizar el uso de estos nuevos canales como fuentes de reclutamiento.

Entre las **ventajas** que señalan los expertos de recursos humanos es que en las redes sociales los currículos ofrecen mayor cantidad de información útil (70%), por lo que las valoraciones son más exhaustivas para seleccionar a candidatos para puestos de altas responsabilidades.

También se valora positivamente la interactividad que ofrecen (el 79% de los encuestados así lo afirma), la facilidad para contactar con candidatos pasivos (74%) y la posibilidad de ofrecer información detallada y exhaustiva sobre la empresa y el puesto que se desea cubrir (74%).

Pero, frente a la creencia generalizada de que los currículos obtenidos por las redes sociales son más veraces, sólo el 18% de los directivos encuestados así lo afirma. La ventaja que de forma clara les ofrece las redes es que les permite la opción de contrastar referencias y comprobar los datos. En determinadas ocasiones y para puestos muy específicos sí que buscan a los candidatos en las redes sociales para comprobar si se contradice lo que pone en el currículum con lo que se señala en su página de Facebook o LinkedIn.

Pero no todas las redes sociales sirven de igual modo para reclutar personal. Twitter, Viadeo y Tuenti no son utilizadas para este fin. Facebook sí que se usa en ocasiones puntuales para contrastar información, al igual que Xing, según afirman el 29% de los encuestados. LinkedIn es, sin embargo, la red más utilizada por los directivos de recursos humanos. Así lo afirma el 51% de los encuestados.

Existe un gran desconocimiento de lo que son las redes sociales y su uso. Un 43% de los encuestados afirma no saber si existen procesos de selección para los que funcionan mejor las redes sociales y profesionales. Y el 35% de los directivos de recursos humanos afirma no tener una opinión clara acerca de la agilización del proceso de selección a través de éstas.