

[Randstad – Búsqueda de empleo en redes sociales](#)

Dos de cada diez empresas utilizan las redes sociales para reclutar nuevos candidatos

- Crear una identidad digital profesional sin contradicciones y que refleje la formación y experiencia del candidato es el primer elemento a tener en cuenta en el proceso de búsqueda de empleo en redes sociales
- Los perfiles públicos en redes sociales pueden abrir las puertas para acceder a un empleo, pero también pueden cerrarlas en caso de comentarios inapropiados o contenidos inadecuados
- Para aumentar su eficacia, la búsqueda de empleo a través de redes sociales debe compaginarse con otros métodos de búsqueda, como las empresas de selección o los portales de empleo
- Las empresas especializadas siguen siendo la herramienta más utilizada por las empresas para seleccionar talento, según el 55% de las compañías

Madrid, 20 de agosto de 2018.- [Randstad](#), la empresa líder de recursos humanos en España, explica cuáles son los elementos más importantes a la hora de buscar un empleo en redes sociales, gracias a los cuales el candidato aumentará sus posibilidades de acceder a un nuevo puesto a través de estas plataformas.

Según el [Informe de Tendencias en RRHH](#) de Randstad Research, **dos de cada diez empresas utilizan las redes sociales a la hora de reclutar nuevos profesionales**. En concreto, el 21% de las compañías utiliza esta vía para localizar al candidato perfecto. En este sentido, las redes sociales se han convertido en una carta de presentación en el mundo digital, tanto si el candidato se dirige a una oferta en una de estas plataformas como si no. Esto significa que, aunque el reclutador no haya recurrido a las redes sociales para publicar la oferta, sí lo hará para buscar a un candidato que ya ha entrevistado o bien que va a entrevistar. Esto ocurre porque a través de las redes sociales el profesional comunica aspectos de su vida que no expresa en una entrevista de trabajo y que el reclutador no quiere perderse.

Randstad destaca que **el primer paso para buscar puestos de trabajo a través de las redes sociales es la creación de una buena identidad digital profesional**. La identidad digital es la imagen que el candidato proyecta en Internet, tanto a través de mensajes o comentarios en redes sociales como de informaciones donde se le menciona, sus gustos, imágenes, etc.

Es recomendable que todas las redes sociales que engloban el perfil profesional del candidato estén vinculadas entre sí para poder mostrar una imagen completa. Cada una de las redes tiene una función y unos objetivos que, bien aprovechados, son complementarios. También es muy importante no dar información contradictoria en las diferentes plataformas. En este sentido, la clave del éxito para lograr una identidad digital profesional idónea es

comunicar una imagen sin contradicciones, completa y sincera, que esté continuamente actualizada y que refleje la formación y experiencia del candidato.

Randstad apunta que **el segundo paso que debe seguir el profesional en redes sociales es adaptar sus perfiles a sus intereses dentro del mercado laboral**. Es decir, el profesional personalizará su imagen digital en función de los intereses en su sector o ámbito de trabajo. Este aspecto le beneficiará a la hora de posicionarse en las búsquedas específicas dentro de estas plataformas. Para que esto funcione, el profesional puede personalizar la URL de la página de su perfil con su nombre y apellidos o incluir palabras clave en los contenidos compartidos que definan sus aptitudes, su formación y sus intereses profesionales.

Basar el perfil en el sector deseado también beneficiará al candidato a la hora de demostrar que comprende su ámbito profesional y está al día de las últimas novedades. Un ejemplo de ello es compartir noticias del sector de interés en LinkedIn o Twitter, plataformas donde el candidato puede expresar sus conocimientos acerca de su nicho dentro del mercado laboral. En este sentido, Randstad destaca la importancia de conectar e interactuar con personas del mismo sector y formación dentro de los perfiles sociales. Las redes sociales nos permiten mejorar nuestra red de contactos, interactuando con otros profesionales para lograr una relación de beneficio mutuo en la que se comparten noticias, novedades, conocimientos y experiencias del sector en común.

El candidato también deberá adaptar las alertas de empleo de las diferentes plataformas a sus intereses de tal forma que no se pierda ninguna oferta relacionada con su sector, su formación, su nivel de experiencia y su red de contactos.

En último lugar, **el tercer paso a seguir para optimizar la búsqueda de empleo en redes sociales es evitar los comentarios y contenidos poco apropiados**. Las redes sociales pueden ayudar al profesional a acceder a un empleo, pero también pueden conseguir todo lo contrario si lo que muestra en ellas no resulta idóneo. La foto de perfil, la descripción o presentación y los asuntos compartidos son los tres aspectos más importantes en los perfiles sociales. También son los elementos más visibles para los reclutadores, por lo que deberán estar cuidados y enfocados al objetivo que se intenta perseguir. Cuando el candidato comparte un contenido se está vinculando a él y, si se trata de un contenido inadecuado, dañará su imagen digital.

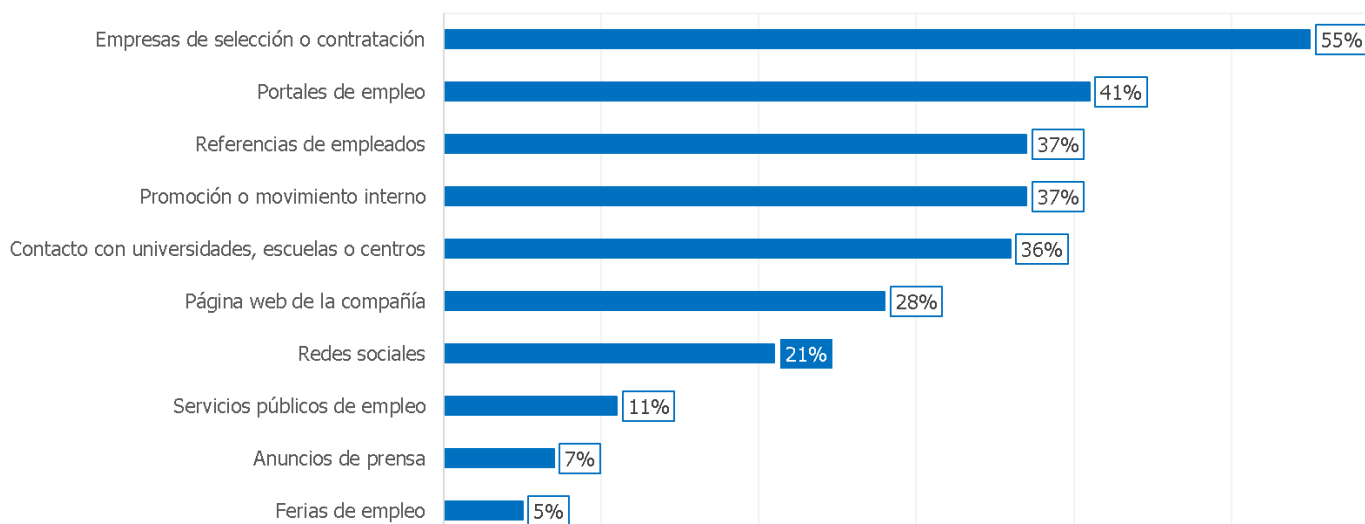
Desde Randstad se recomienda también evitar discusiones y comentarios fuera de tono con otros usuarios y mantener una actitud respetuosa en los debates en los que el candidato decida participar. El profesional debe mostrar en todo momento una imagen sosegada, madura y profesional.

Las empresas especializadas, el método de reclutamiento más utilizado

La identidad digital requiere el mismo cuidado o más que la identidad clásica. Es imprescindible dar una identidad real y verídica de uno mismo. Para ello, el profesional ha de basarse en la actualización constante, el orden en la información que quiere mostrar y la armonía entre todos sus perfiles. Sólo de esta manera la imagen digital mostrada será la óptima para alcanzar sus objetivos de búsqueda de empleo. Esta imagen deberá ser la misma en todas las plataformas y perfiles en los que el candidato tenga presencia.

Randstad destaca que, para aumentar la eficacia de esta identidad digital, la búsqueda de empleo a través de redes sociales debe compaginarse con otros métodos de búsqueda, como las empresas de selección o los portales de empleo. Cuanta más presencia tenga el profesional, mayor será la posibilidad de que el reclutador lo encuentre. Además, desde Randstad se advierte que las compañías no utilizan un solo método de reclutamiento, sino que el promedio es de 3,1 canales utilizados por cada organización para seleccionar al candidato adecuado.

Canales de reclutamiento más utilizados por las empresas



Fuente: Randstad Research

Según el Informe de Tendencias en RRHH de Randstad Research, **el 55% de las compañías utilizan empresas especializadas en selección y contratación de profesionales para buscar al candidato deseado**, siendo este el canal más utilizado. En segundo lugar, se sitúan los portales de empleo, utilizados por el 41% de las compañías. Las referencias de empleados, la promoción interna (37%), el contacto con universidades, escuelas de negocio y centros de postgrado (36%) y las páginas web de las compañías (28%) son otros métodos de búsqueda de empleo, todos ellos por delante de las redes sociales (21%). Menos frecuente para las empresas es el uso de servicios públicos de empleo (11%), anuncios de prensa (7%) y ferias de empleo (5%).

El Informe de Tendencias en RRHH de Randstad Research también pone de manifiesto que las empresas de selección o contratación son el canal a través del cual más profesionales encuentran un empleo. En concreto el 26% de los empleados accedieron a su puesto actual a través de esta vía, frente al 2% de profesionales que lo consiguieron a través de redes sociales.

Randstad en el mundo y en España

Randstad es la empresa líder en España en soluciones de Recursos Humanos, haciendo posible que cada día 43.000 personas en nuestro país tengan un empleo. Trabajamos para aumentar la empleabilidad de los trabajadores y ofrecemos anualmente más de 1.000.000 de horas de formación. Estos son algunos de los datos que resumen el papel de Randstad en la sociedad.

Para alcanzar estos objetivos, utilizamos la tecnología como ventaja y como medio para alcanzar nuestro fin. Al combinar nuestra pasión por las personas con el poder de la tecnología, desarrollamos el verdadero potencial de personas y organizaciones. A esto lo llamamos: human forward.

A nuestros clientes les ofrecemos un servicio global en consultoría de recursos humanos: selección de profesionales, externalización de tareas, desarrollo de planes e implementación ad hoc de formación, contratación temporal y procesos de recolocación.

Con más de 50 años de experiencia en el mercado laboral y con sede en Diemen, Holanda, Randstad NV cotiza en la Bolsa NYSE Euronext Amsterdam. En el mundo somos 36.524 empleados y 4.752 oficinas en 39 países. En 2016, Randstad obtuvo unos ingresos de 20.700 millones de euros. En España somos un equipo de más de 1.800 personas y más de 250 oficinas. Randstad ha sido elegida una de las mejores empresas para trabajar por la consultora internacional Great Place to Work en 2017. Podrás acceder a nuestros servicios para empresas o candidatos en www.randstad.es y podrás hablar con nosotros a través de RRSS en @randstad_es en Facebook, LinkedIn, Google+ y nuestro canal de Youtube.

Contacto:

Departamento de comunicación:

Leticia Serrano - leticia.serrano@randstad.es / 686 991 238
Patricia Martínez - patricia.martinez@randstad.es / 610 897 820

Román y asociados:

Javier Aguilar - j.aguilar@romanyasociados.es / 915 915 500
Natalia Martín - n.martin@romanyasociados.es / 915 915 500