

proyectostic.com
networking profesional en 1ª persona

ARTÍCULO: Abran paso al reclutamiento 2.0

FUENTE: La Vanguardia (04/12/2011)

EMPLEO

EL REFERENTE

80%
de las empresas
de EE.UU. usan las
redes sociales para identificar
y seleccionar candidatos

NUEVAS TENDENCIAS EN EL MERCADO LABORAL

Abran paso al reclutamiento 2.0

Las grandes empresas empiezan a incorporar las redes sociales en sus estrategias de selección

Nuria Peláez

Las redes sociales se han confirmado como un espacio ideal para funciones muy diferentes a las que en un principio les habían sido otorgadas, desde compartir noticias o hacer campaña electoral hasta ligar o hacer publicidad de productos y servicios. El ámbito laboral no ha permanecido ajeno a este fenómeno y, aunque muy tímidamente, cada vez son más las grandes empresas que ya empiezan a tener en cuenta estas plataformas en sus estrategias de búsqueda de personal. Y es que las compañías son conscientes del gran número de potenciales candidatos que se esconden allí: 8 de cada 10 internautas españoles usan redes sociales y, si se sumaran todos los usuarios de la más popular, Facebook, sería el segundo país del mundo por población.

En Estados Unidos, según la encuesta Jobvite Social Recruiting Survey 2011, ocho de cada diez empresas usan las redes sociales para reclutar personal y otro 8,7% planea empezar a hacerlo a corto plazo. En España la tendencia es aún incipiente: según un estudio elaborado por Unique a partir de encuestas a más de 1.000 directivos de Recursos Humanos y Responsa-

bles de Selección de Personal, en nuestro país el 45% de las compañías nunca utilizan las redes con este fin y un 44% sólo las usa de manera esporádica. Otro 5% recurren a las redes sociales para identificar candidatos para perfiles técnicos altamente cualificados, perfiles directivos y mandos intermedios, o bien para hacer búsquedas internacionales de profesionales. En este sentido, el 40% de las empresas consideran que existen procesos de selección concretos para los que las redes sociales son la herramienta más efectiva: los más citados son

La más utilizada por las compañías para buscar candidatos es LinkedIn, seguida de Facebook y Xing

los procesos para seleccionar perfiles tecnológicos y relacionados con internet. La red más utilizada por las empresas para buscar candidatos es LinkedIn (54%), seguida por Facebook (30%) y Xing (10%).

Rosaura Alastruey, directora de Proyectos TIC y organizadora de cursos y eventos sobre redes sociales, no cree que el denominado "reclutamiento 2.0" sea una simple moda sino más bien un



DIMITRI VERVITSIOTIS / GETTY IMAGES

cambio de modelo. "Estamos pasando del mercado del trabajo al mercado del talento", destaca. Un mercado donde las vías para difundir y encontrar ofertas de empleo se ha diversificado. "Antes el candidato que buscaba empleo compraba el periódico, subrayaba los anuncios que le interesaban y preparaba su currículum para enviarlo: esto sigue siendo igual de necesario pero ahora, además -apunta Alastruey-, hay que tener en cuenta las redes sociales".

Tal y como explicaban las propias empresas en una mesa redonda celebrada hace unos días en Barcelona Activa sobre las nuevas herramientas de selección 2.0, los motivos por los que las grandes compañías empiezan a usar las redes sociales en sus políticas de selección son diversas. Al menor coste económico se suma la posibilidad de acceder a un mercado muy amplio de candidatos y, especialmente, la oportunidad para practicar el llamado *employer branding*: es decir, posicionar la imagen de la empresa como un lugar positivo para trabajar. Algunas empresas -por ejemplo, numerosas entidades financieras- aprovechan sus canales de empleo en las redes sociales para darse a conocer entre potenciales clientes jóvenes a los que resulta difícil acceder por las vías tradicionales.

LA EXPERIENCIA DE LAS GRANDES FIRMAS



La automovilística, pionera

Seat, pionera entre las empresas españolas en apostar por el reclutamiento 2.0, tiene una comunidad propia en LinkedIn donde se pueden consultar e incluso debatir sobre cada oferta de empleo. A través de su cuenta @SEAT_SA, también difunde en Twitter las oportunidades laborales que ofrece, desde programas formativos y prácticas hasta ofertas para operarios o técnicos. "Las redes sociales permiten ahorrar tiempo, incrementar el número de candidatos con un perfil adecuado, hacer búsqueda activa de perfiles o potenciar la imagen de empleador, entre otros beneficios", destaca Francesc Díaz, técnico de selección de la automovilística.



Arbora & Ausonia

Buscando perfiles jóvenes

Arbora&Ausonia busca habitualmente jóvenes que hayan finalizado sus estudios recientemente, con una trayectoria académica destacada, buen nivel de inglés y menos de cuatro años de experiencia. "Las redes sociales representan una oportunidad para nosotros, ya que nos interesa estar presentes allí donde los jóvenes buscan empleo -explica Javier Ibars, director de recursos humanos de la firma-. Utilizamos LinkedIn para darnos a conocer entre potenciales candidatos, y redirigirlos a nuestra nueva web Arbora&Ausonia-Actualidad y Talento, donde pueden enviarnos su currículum y conocer las oportunidades profesionales que ofrecemos".



Primeros contratos

Accenture España tiene más de 2.000 seguidores en Twitter y Facebook y más de mil en LinkedIn. "Ya estamos teniendo contrataciones a través de estas redes por lo que la experiencia es muy positiva", destaca Lola Marcos, directora de selección de Accenture, para quien esta nueva forma de acercarse al candidato "es mucho más acorde con los medios que a las nuevas generaciones les gusta utilizar". Marcos explica que las redes ayudan a localizar y contactar candidatos "pero hay búsquedas que se seguirán haciendo a través de canales más convencionales porque algunos candidatos no se sienten cómodos usando estas redes".



PEPSICO

Interacción en Twitter

Con 60.000 empleados, desde hace un año, PepsiCo también difunde sus oportunidades laborales a través de las redes sociales. "Son un canal para dar información sobre nuestra compañía, pero también nos permiten recoger mucha información útil de los potenciales candidatos", explica Rosalinda Hernández, Responsable de Reclutamiento de Talento para PepsiCo Internacional en Europa. Tienen 80.000 seguidores en LinkedIn y 9.000 en su Twitter (@pepsicojobs), donde difunden ofertas de empleo y consejos para el proceso de selección. Detrás hay un equipo de reclutadores que se compromete a responder cualquier duda en 24 horas.



La banca se rejuvenece

Incluso sectores tradicionales como la banca empiezan a hacer sus pinitos en las redes sociales. BBVA cuenta con un grupo en Facebook (BBVA España Selección) dirigido a candidatos para banca comercial y becas, donde además de ofertas se difunden consejos para triunfar en el proceso de selección e información sobre los patrocinios de la entidad. "Las redes sociales aportan interacción y accesibilidad -explica Fernando Escamilla, del departamento de selección de BBVA-. Facebook nos permite llegar a más candidatos pero también potenciar la imagen de marca del banco, mostrándolo más cercano al usuario más joven".