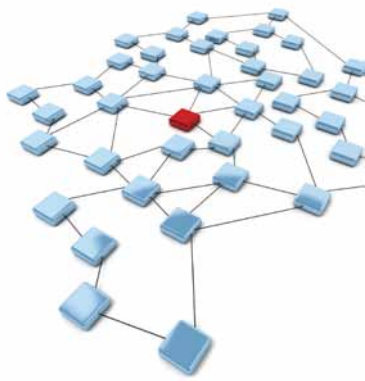


## BENEFICIOS DE CONTAR CON LAS REDES SOCIALES COMO NUEVA HERRAMIENTA DE SELECCIÓN



# Recruiting a través de Redes Sociales (I)

Francisco Puertas, Esperanza Aparicio y Álvaro Mayoral Solá,

Área de Talent & Performance Organization de Accenture.

**¿D**ónde están los mejores profesionales? ¿Cómo crear una cartera de futuros talentos? ¿Cómo encontrarlos? Y sobre todo, ¿cómo hacerlo antes y mejor que la competencia? Los profesionales de RR.HH. disponen cada vez de más medios y fuentes más diversas para seleccionar a sus futuros empleados. Sin embargo, los candidatos también disponen de otras tantas herramientas para elegir la empresa donde quieren trabajar. Dadas las tasas actuales de desempleo derivadas de la situación de crisis económica que estamos experimentando, es evidente que la demanda actual de empleo sin cubrir ha aumentado. Lo anterior hace que se multipliquen en las empresas las solicitudes de empleo, pero este dato tiene una doble vertiente:

A pesar del crecimiento de la demanda, el verdadero talento es escaso. Sólo las empresas que se adelanten y que sean capaces de diferenciarse de sus competidores, también en la forma de seleccionar, se garantizarán contar para sí con los mejores profesionales.

Esta reflexión aplica a cualquier generación de profesionales, pero cobra más sentido si cabe en el caso de la Generación Y. Ellos son los profesionales que ahora tiene entre 18 y 30 años y que en sólo cinco años representarán un alto porcentaje de los mandos ejecutivos de las empresas. Según eMarketer, el uso de tecnologías Web 2.0 de la Generación Y ha experimentado un notable crecimiento en el periodo 2006-2009.

En el caso de España, según un estudio de Telefónica, el uso de las redes sociales entre los jóvenes aumentó en 2009 un 500%, lo que coloca a nuestro país como el segundo de Europa por penetración con casi tres de cada cuatro internautas como usuarios de las redes.

Los futuros directivos usan cada vez más las nuevas tecnologías y formas de comunicarse. Para encontrarlos, las empresas deberán seguir sus pasos y reinventar sus canales tradicionales de atracción de talento. En este contexto, el objetivo de este artículo es identificar los beneficios de contar con las redes sociales como nueva herramienta de selección, así como ofrecer una metodología para aplicarlas.

CRECIMIENTO DE CANALES WEB 2.0



Fuente: Estudio eMarketer sobre usos de Internet.

### VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE RECRUITING

El futuro (ya presente) del *recruiting* en Internet apunta a las redes sociales, y éstas son mucho más que Facebook, LinkedIn o Twitter<sup>1</sup>, en las que (casi) todos tenemos nuestro perfil. En este sentido, en los últimos tiempos han proliferado una gran variedad de redes sociales que permiten la creación de grupos especializados por área de conocimiento o industria (Xing, Ryze, Doostang). Las redes sociales ofrecen numerosas ventajas frente a los

En el mercado comienzan a existir nuevas herramientas que pretenden servir de agregador de portales de empleo para gestionar de manera integrada las ofertas de empleo publicadas )

portales de empleo y otras fuentes de *recruiting* tradicionales. Entre estas ventajas se pueden agrupar en tres líneas principales:

- Mejora del proceso de selección.
- Mejora del *employer branding*.
- Ventajas para el candidato.

### MEJORA DEL PROCESO DE SELECCIÓN

La utilización de redes sociales para la función de recruiting permite mejorar la eficiencia del propio proceso de selección, ya que facilita a la organización acceder a una mayor y mejor base de candidatos, mejorar la comunicación con ellos e incrementar su vinculación con el proceso. Entre sus ventajas se encuentran:

- Identificación de candidatos que se ajustan mejor a las necesidades de la compañía. Tanto en redes sociales masivas a través de grupos de interés por industria o área de conocimiento, como en redes sociales especializadas, las empresas pueden detectar y filtrar mejor y más fácilmente a los candidatos idóneos para cubrir sus posiciones vacantes.

- Acceso a “candidatos pasivos”. Se trata de profesionales que no buscan activamente un cambio de empleo, pero que al tener su perfil en las redes sociales pueden ser contactados por las empresas para ofrecerles la oportunidad de incorporarse a sus procesos. Este punto es una de las principales ventajas de las redes sociales. Se utiliza mayoritariamente para identificar candidatos de alto expertise para cubrir puestos donde la base de currículos recibida es pequeña o poco experimentada.

- Mejora de la comunicación con los candidatos. Sin duda, este punto es uno de los elementos diferenciadores frente a otras herramientas. Las posibilidades de comunicación y relación directa entre candidato y empresa son inmensas a través de las redes



Fuente: Accenture, 2011.

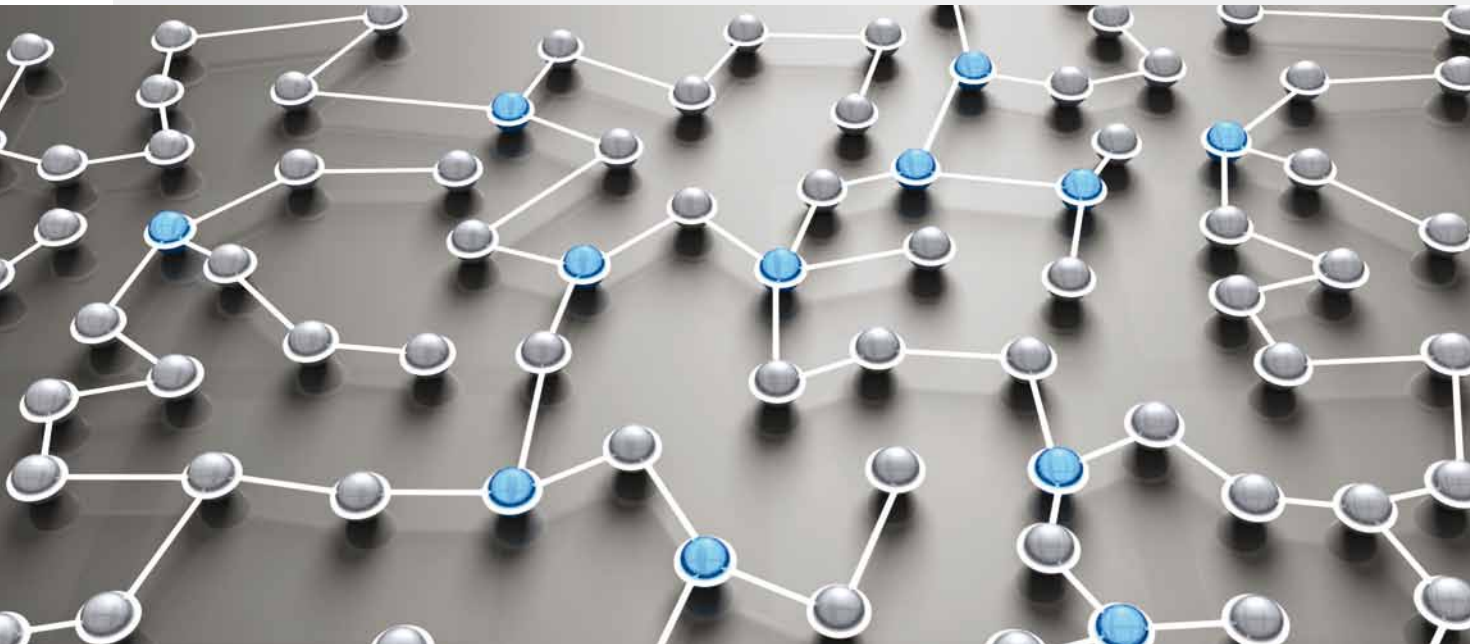
sociales, lo que permite que ambas partes estén perfectamente informadas en cualquier etapa del proceso, dotándolo de mayor transparencia.

- Mayor nivel de vinculación. Derivado de lo anterior, las redes sociales permiten un contacto más personal con cada candidato lo que, indirectamente impacta sobre el mayor compromiso del candidato con el proceso.

- Mayor rapidez en la toma de decisiones. Acceder a los candidatos a través de redes sociales es muy fácil, más si contamos que el usuario medio de redes emplea una media de 14 minutos al día en navegar por ellas y que la tecnología actual permite consultarlas a través de cualquier dispositivo móvil. Esta conectividad permite contactar más fácilmente con el candidato y, con ello, agilizar el proceso para poder tomar mejores decisiones en menor tiempo.

- Disminución del coste por contratación. Aunque no existen estudios concluyentes sobre este aspecto, es lógico pensar, debido a los puntos enumerados anteriormente, que los costes derivados del uso de las redes sociales para identificar y contratar candidatos sean menores que en otras fuentes.

## REDES SOCIALES COMO SUCESORAS DE LOS PORTALES DE EMPLEO



Las ventajas de utilizar los ya tradicionales portales de empleo en Internet -que tanto revolucionaron la función de selección no hace mucho tiempo- comienzan a dejar de ser tan evidentes. Aunque sigan existiendo portales de referencia (Infojobs, Monster), en la web abundan cientos de páginas de búsqueda de empleo. La proliferación de estos portales, lejos de ayudar, genera en ocasiones más confusión y frustración entre los profesionales que buscan empleo. Con ello, se hace perder tiempo (y dinero) a las empresas, que tienen que dedicar más recursos para filtrar a los candidatos que mejor se ajustan a sus necesidades. La reflexión anterior plantea nuevas cuestiones: *¿Cuál será la herramienta de recruiting del futuro? ¿Qué nuevas características tendrá? ¿Quién reemplazará a los actuales portales de empleo? ¿Quién sucederá a Infojobs o a Monster?* En el mercado comienzan a existir nuevas herramientas que pretenden servir de agregador de portales de empleo para gestionar de manera integrada las ofertas de empleo publicadas. El desarrollo de esta tipología de herramientas permite también la integración de fuentes de reclutamiento tanto tradicionales -*recruiters* y *headhunters*- como redes sociales. En todo caso, la evolución de la función de *recruiting* pasa inevitablemente por las redes sociales. La realidad así lo confirma. Como muestra la siguiente tabla, las redes sociales se han convertido en la segunda fuente de contratación más valorada, sólo por detrás de las referencias personales.

FUENTE DE CONTRATACIÓN

VALORACIÓN\*

Referencias	3,56
Social Networking	1,58
Portales de empleo especializados	0,82
Portales de empleo especializados	0,59
Prensa	0,57
Ferias de empleo	0,56
Empresas de Recruitment	0,53

\*Valoración sobre 5 puntos basada en la relación. % Contrataciones / % Gasto.

Fuente: 2007 Recruiting Trends Survey. Direct Employers Association.

### MEJORA DEL EMPLOYER BRANDING

A día de hoy, utilizar redes sociales en la función de selección supone un elemento diferencial para las empresas que lo utilizan. Al implantarlas, se facilita una imagen innovadora y se sientan las bases para establecer una comunicación más fluida con los candidatos. Sus beneficios son entre otros:

- Las empresas pioneras en la utilización de las redes sociales como herramienta de recruiting se posicionan como líderes de referencia en su sector frente a los candidatos a trabajar en ellas, ofreciendo una imagen innovadora.
- Los mensajes lanzados por las empresas a través de las redes sociales tienen un impacto más directo entre su audiencia objetivo, ganando con ello en credibilidad.
- La facilidad con la que se pueden intercambiar mensajes con los miembros de la red social permiten que se pueda establecer un canal de comunicación fluido con candidatos actuales y potenciales, estableciendo relaciones de futuro de las que pueden beneficiar a ambas partes.
- La experiencia obtenida a través de la utilización de redes sociales para *recruiting* puede ser extrapolada a otras áreas de la empresa, como marketing, servicio al cliente, desarrollo de productos, etc.

## Las redes sociales ofrecen numerosas ventajas frente a los portales de empleo y otras fuentes de recruiting tradicionales: la mejora del proceso de selección, del *employer branding* y también para el candidato )

### VENTAJAS PARA EL CANDIDATO

Finalmente, las ventajas del uso de redes sociales para el propio candidato son evidentes. Las redes permiten al profesional estar conectado con otros profesionales y empresas de quienes se puede servir para fomentar su interés en determinadas áreas de conocimiento y, evidentemente, acceder a nuevas ofertas de empleo. Algunos beneficios son:

- Utilización de la red de contactos para generar oportunidades. Puede sonar excesivamente evidente, pero gestionar activamente los contactos de los que se dispone en la red social (frente a una presencia pasiva en la red) es una de las principales fuentes a través de las cuales se originan nuevas oportunidades para los candidatos.

- Acceso a mejores condiciones en el caso de “candidatos pasivos”. El hecho de haber sido contactado directamente por la empresa como candidato con expertise posiciona a éste con mayores capacidades para negociar las condiciones de contratación con la empresa en caso de entrar a participar en el proceso y resultar seleccionado.

- Acceso a una oferta más global. En el caso de redes sociales masivas, el candidato puede tener acceso a un amplio abanico de ofertas, locales, nacionales e internacionales, lo que, en función de su movilidad, multiplica las posibilidades de acceso a más ofertas ajustadas a su perfil a través de una única red.

Lo anterior es compatible con el acceso a una oferta más especializada. En el caso de redes especializadas que limitan el acceso a usuarios por industria o tipo de conocimiento, el candidato puede acceder a grupos y ofertas especializadas en función de sus conocimientos e intereses.

### RIESGOS DE LA UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES

Evidentemente, toda ventaja tiene sus contrapartidas. En el caso del uso de las redes sociales para *recruiting*, éstas vienen de la mano del concepto de privacidad. El uso de las redes sociales para “espiar” a los candidatos sin su consentimiento ha sido denunciado en numerosas ocasiones. Es más, ya hay casos, como el de Alemania, donde se ha puesto coto a una intromisión excesiva en la privacidad de los candidatos a través de un proyecto de ley aprobado en su consejo de ministros para proteger la intimidad personal de los individuos.

En todo caso, y a tenor de las ventajas expuestas anteriormente, la participación en redes sociales y la utilización de éstas deriva en beneficios tanto para empresas como candidatos. Así, tomando como punto de partida esta asunción, a todo Director de RRHH que quiere que su servicio de *recruiting* esté a la vanguardia de las últimas tendencias se le plantea la misma pregunta: *¿Cómo lo hago?* Lo veremos en el próximo número. )

<sup>1</sup> Facebook cuenta con 500.000.000 de usuarios, LinkedIn con 80.000.000 y Twitter con 175.000.000.

Fuente: [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites).