España es uno de los países con más uso con fines laborales de internet, con el 69% de los trabajadores | Un tercio de los reclutadores han descartado a un candidato por comentarios o fotos en su perfil



(SOCIEDAD, 04/01/2014) Hace unos años, los aspirantes a cubrir un **puesto de trabajo** vacan te en una
empresa
no tenían que preocuparse por su reputación. Como mucho podían aportar alguna recomendación de algún antiguo jefe como carta de presentación. Sin embargo,
internet
y las
redes sociales
han cambiado de forma radical la intermediación en el
mercado laboral
. Ahora los candidatos caminan por una hoja de doble filo porque pueden acceder a las
ofertas de empleo
con mucha más facilidad pero tienen que cuidar su rastro digital porque se ha convertido en un elemento imprescindible para cualquier proceso de

selección de personal
, para lo bueno y para lo malo.

España se ha convertido en uno de los países en los que se utilizan de forma más intensiva las **redes sociales** tanto para buscar **empleo** como para reclutar a empleados. Un 69% de los trabajadores españoles buscan empleo de forma activa en las redes sociales, 14 puntos porcentuales más que la media internacional que recoge una encuesta llevada a cabo por la empresa de trabajo temporal **Adecco**. En el caso de los responsables de
recursos humanos
, la utilización es todavía más intensiva, con un 73%.

NUEVOS Y VIEJOS MÉTODOS

Con estos resultados, las **redes sociales** y, en conjunto, **internet**, incluyendo las páginas web de empresas y portales de empleo, se disputan el liderazgo como canal principal de búsqueda de **empleo** con el tradicional del recurso a familiares, amigos y conocidos por si conocen la existencia de alguna oferta laboral.



"Los candidatos tienen que ser conscientes y darse cuenta de que las empresas pueden buscar qué hacen y quiénes son, por lo que tienen que cuidar su imagen digital..."

Esa coexistencia de métodos de toda la vida con nuevas herramientas para intentar cazar los escasos **puestos de trabajo** ofertados por las empresas durante la crisis y en la actual incipiente recuperación ha hecho que el **currículo** en papel no haya muerto pero que tenga una traslación digital que forma parte de una estrategia global de búsqueda de empleo, según los expertos.

«**Internet** se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas. Permite conocer quién hay detrás de un nombre. Aporta transparencia», afirma Jaume Gurt, director general de **Infojobs**. «Los candidatos -añade- tienen que ser conscientes y darse cuenta de que las empresas pueden buscar qué hacen y quiénes son, por lo que tienen que cuidar su imagen digital. Al mismo tiempo, es más fácil hacerse una idea de una empresa gracias a internet, que ha transformado radicalmente la relación entre compañía y trabajador».

Una opinión parecida tienen los autores del informe **Cranet Esade** sobre «las potencialidades» que tiene el auge de internet y las redes sociales para las empresas por «la posibilidad de acceder a un mercado laboral amplio y variado». «Pero también presenta peligros -añaden- en la medida que los candidatos utilizan la web para informarse sobre la empresa potencialmente contratante, lo que les permite evaluar la calidad no solo del trabajo, sino también de quien lo ofrece. Estamos, en definitiva, ante un cambio sustancial de los procesos de reclutamiento, de complejidad creciente, que está afectando de forma rápida a los procesos tradicionales».

Las preferencias de **redes sociales** de los empleados y de los reclutadores de las empresas son diferentes. Mientras que los candidatos se decantan en un 64% por
Linkedin
como escaparate y como antena para estar al día de las ofertas y relegan
Facebook
a un papel testimonial en el campo laboral, las empresas, además de rastrear Linkedin, hacen un seguimiento intensivo de los perfiles personales que los aspirantes tienen en Facebook.

INTERÉS POR LA PERSONALIDAD

