



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

La Web 2.0 en la búsqueda de empleo

Autor

Adrián Arnas Villena

Director

Inés Escario Jover

Facultad Ciencias Sociales y del Trabajo
2016

ÍNDICE	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 OBJETIVO DEL TRABAJO	2
1.2 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA	2
2. LA EMPRESA	3
2.1 DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA	3
2.2 EL DEPARTAMENTO DE RRHH: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.....	4
2.2.1 RECLUTAMIENTO.....	6
2.2.2 SELECCIÓN.....	7
3. LA WEB 2.0	8
3.1 DEFINICIÓN Y EVOLUCIÓN.....	8
3.2 TIPOS DE WEB 2.0	9
3.3 PRINCIPALES PLATAFORMAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO	10
3.3.1 PORTALES WEB DE BÚSQUEDA DE EMPLEO	11
3.3.2. REDES SOCIALES PROFESIONALES	12
3.3.3 REDES SOCIALES GENERALES	13
3.3.4 BLOGS.....	14
4. LA WEB 2.0 Y LA DEMANDA DE EMPLEO	14
4.1 RECURSOS HUMANOS: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE EMPLEADOS	14
4.1.1 CÓMO SE UTILIZA LA WEB 2.0	14
4.1.2 QUIÉN UTILIZA LA WEB 2.0	16
4.1.3 COMPARATIVA CON OTROS SISTEMAS	19
4.2 DEMANDANTE: BÚSQUEDA DE EMPLEO	21
4.2.1 CÓMO SE UTILIZA LA WEB 2.0	21
4.2.2 QUIÉN UTILIZA LA WEB 2.0	21
4.2.3 COMPARATIVA CON OTROS SISTEMAS	23
5. CONCLUSIONES	25
6. BIBLIOGRAFÍA.....	28

I. INTRODUCCIÓN

I.1 OBJETIVO DEL TRABAJO

En la actualidad, la tarea de buscar y anunciar empleo parece que se esta haciendo más fácil debido a las tecnologías de la información y comunicación, además de que su uso se esta viendo incrementado.

Es por esto que el objetivo general de este proyecto es el análisis, tanto de la búsqueda de empleo como de la búsqueda de empleados con la Web 2.0, una parte de estas tecnologías de la información y comunicación, para confirmar si de verdad este método tiene las ventajas que parece poseer.

Una vez aclarado el objetivo principal, los objetivos específicos serán analizar los diferentes ejemplos de Web 2.0, así como el perfil de los demandantes de empleo y reclutadores de candidatos mediante este método. Además llevaremos a cabo una comparación y valoración sobre si esta relación es positiva, tanto para los procesos de captación y selección dentro del departamento de la empresa que utiliza este método como para los desempleados o personas que quieran cambiar de empleo.

I.2 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

El presente proyecto comienza con una introducción sobre que es la empresa y los departamentos que la forman, haciendo hincapié en el departamento que más nos interesa, el departamento de Recursos Humanos y más concretamente en las fases de reclutamiento y selección, muy importantes en este trabajo.

A continuación trataremos de conocer y entender más en profundidad la Web 2.0, punto en el que el proyecto de fin de grado se engloba. Analizaremos las dos caras frente a esta Web: por un lado el perfil de usuarios que buscan empleo y se dan de alta en redes sociales y portales Web para este fin, y por otro lado las empresas que se anuncian en la Web 2.0. Con esto podremos conocer las ventajas y desventajas de utilizar este método para la búsqueda de empleo.

Finalmente se comentan las conclusiones a las que hemos llegado en el desarrollo de este trabajo.

2. LA EMPRESA

En este apartado comenzaremos hablando de qué es una empresa y los departamentos que la forman para poder detallar a continuación el departamento de Recursos Humanos, que como ya hemos dicho, en este caso, es el que más nos interesa ya que es el encargado de la selección y reclutamiento de personas mediante diversos instrumentos, entre ellos el de Web 2.0.

De acuerdo con Julio García y Cristóbal Casanueva (2001), la empresa es “una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permita la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”.

Mario Blacutt (2013) la define como “la unidad económica básica que produce o transforma bienes o presta servicios a la sociedad y cuya razón de ser es satisfacer las necesidades de las poblaciones-territorio”.

2.1 DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA

Las empresas cuentan con numerosos departamentos, los cuales tienen funciones muy diversas. En las empresas pequeñas los departamentos suelen unificarse. En el gráfico 1 se muestran los departamentos más comunes de las empresas.

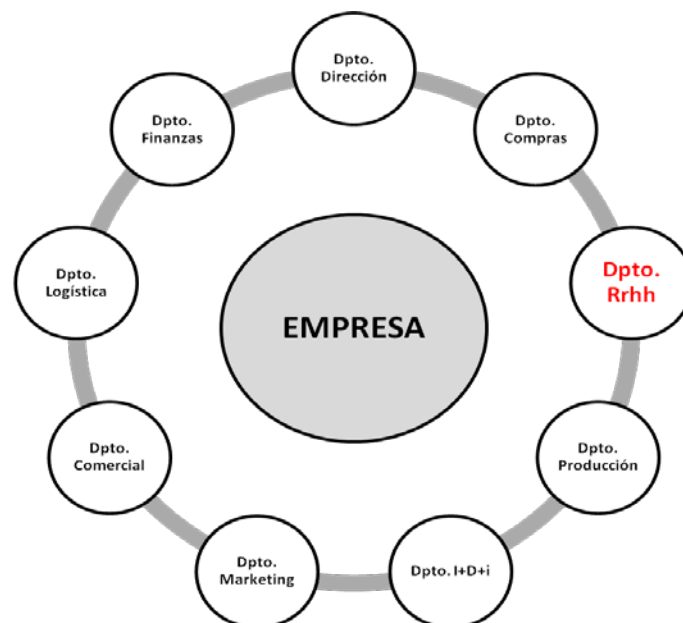


Gráfico 1: Departamentos de una empresa. Elaboración propia.

A continuación detallamos las funciones de cada uno de los departamentos de una empresa según Angels Dasi (2014):

- **Departamento de dirección:** supervisa y coordina los objetivos a alcanzar por la empresa y sus departamentos.
- **Departamento de compras:** es el encargado de adquirir el stock para la empresa.
- **Departamento de RRHH:** gestiona el personal de la empresa encargándose de la selección, contratación y remuneración.
- **Departamento de producción:** realiza el producto gestionando los factores que intervienen en la realización del mismo.
- **Departamento I+D:** encargado de la creación de nuevos productos y del perfeccionamiento de los ya existentes.
- **Departamento de marketing:** se hace cargo de la publicidad y comercialización de los productos para conseguir un mayor número de clientes.
- **Departamento comercial:** encargado de las ventas y de fidelizar a los clientes.
- **Departamento logística:** gestiona y controla las compras y materiales almacenados.
- **Departamento finanzas:** se ocupa de conseguir financiación, así como de la planificación y control de que la actividad resulte rentable.

2.2 EL DEPARTAMENTO DE RRHH: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

El departamento en el que profundizaremos más es el departamento de Recursos Humanos, un departamento polivalente que se encarga de diversas gestiones. Estudiaremos este departamento puesto que es el encargado de las gestiones de reclutamiento y selección de personal, que en este caso se relacionan directamente con el reclutamiento 2.0 o las formas de seleccionar a los candidatos necesarios mediante la Web 2.0.

Tal y como explica Gary Dessler (2009) el departamento de Recursos Humanos es el encargado de contratar, capacitar, evaluar y remunerar a los empleados entre otras cosas, así como de atender relaciones laborales, seguridad y salud y aspectos de justicia.

Empleados, trabajadores y colaboradores son los que forman parte de los Recursos Humanos de una entidad.

En algunas empresas pequeñas el departamento de Recursos Humanos está integrado en el departamento de administración. Conforme una empresa va creciendo, el departamento de Recursos Humanos aumenta también sus funciones como la de psicología, o técnicas de organización de los empleados entre otras.

Luz Garrido (2013) nos hace entender las funciones del departamento de Recursos Humanos más en profundidad. Las funciones a desarrollar en el departamento de Recursos Humanos suelen ser muy variadas de una empresa a otra debido al tamaño y actividad a la que se dedique cada una de ellas.

Como hemos dicho anteriormente, en las empresas de menor tamaño las funciones se ejecutan en pocas secciones, y normalmente algunas de ellas se externalizan a otras empresas. En las empresas grandes, sin embargo, el departamento de Recursos Humanos suele ser muy complejo y con diversas secciones dedicadas a diferentes actividades.

Las funciones más representativas y que se realizan en la mayoría de departamentos de Recursos Humanos son:

- 1. Función de empleo:** comprende actividades relacionadas con la planificación, reclutamiento, selección y formación del personal. Además, se encarga de la descripción de puestos y la bienvenida de los nuevos candidatos, así como el despido de los antiguos.
- 2. Función de administración de personal:** una serie de tareas administrativas como la formalización de contratos y nominas, el control de permisos, vacaciones, altas y bajas y los regimenes disciplinarios.
- 3. Función de retribución:** diseñar y evaluar el sistema de retribución. Políticas de incentivos, niveles salariales según las categorías profesionales etc.
- 4. Función de desarrollo de los recursos humanos:** comprende actividades de formación, estudios de potencial, valoración de motivación y control de tareas.
- 5. Función de relaciones laborales:** se ocupa de la solución de problemas laborales. Suelen resolverse mediante la negociación con los representantes de los trabajadores y trata numerosos temas como la contratación o la negociación colectiva. En esta función también se incluye la prevención de riesgos laborales, que busca un alto nivel de protección de la salud de los trabajadores.
- 6. Función de servicios sociales:** tienen por objeto beneficiar a los trabajadores y mejorar el clima laboral. Pueden ser becas, guarderías, seguros médicos...

Como podemos ver en la Tabla 1, aunque existan diversas funciones dentro de este departamento, nos vamos a centrar en el proceso de incorporación perteneciente a la función de empleo y, mas concretamente a la primera fase, formada por el reclutamiento y selección.

1ª FASE
1. Análisis del puesto 2. Reclutamiento 3. Selección
2ª FASE
4. Pruebas 5. Entrevista 6. Comprobación de referencias
3ª FASE
7. Examen médico 8. Acogida 9. Formación y prueba 10. Contratación definitiva

Tabla 1. Reclutamiento y selección de personal. Alfaro, N y Rodríguez, L. (2004).

2.2.1 RECLUTAMIENTO

De acuerdo con Alfaro, N. y Rodríguez, L. (2004), “el reclutamiento es la etapa inicial del proceso, y su objetivo es la búsqueda y obtención de candidatos que se hayan interesado por el puesto de trabajo ofertado”. Lo esencial de esta etapa radica en que se deben reunir suficientes candidatos tanto en número como en calidad, para poder así, elegir al que cubra el puesto correctamente. Lo primero que se debe de plantear es si el perfil que la empresa está buscando se encuentra dentro de la organización, o de lo contrario, ha de buscarse fuera. Así pues se diferencian dos fuentes de reclutamiento: internas y externas.

- **Fuentes de reclutamientos internas:** En ciertas ocasiones la organización recurre a personal que trabaja en la empresa para cubrir los puestos vacantes. Este sistema, que motiva a los trabajadores, puede tomar forma de traslado, rotación o promoción, y además presenta ventajas importantes puesto que el candidato ya pertenece a la organización. Estos candidatos son detectados rápidamente, se tiene mucha información sobre los mismos, se integran inmediatamente en la cultura de la empresa, y para el departamento de Recursos Humanos es una escasa inversión de tiempo y esfuerzo. Por supuesto también tiene una serie de desventajas, entre ellas, que la cultura de la empresa se paralice debido a la falta de gente innovadora y el error que puede suponer el confiar en una persona que se crea que esta realizando el trabajo correctamente.

- **Fuentes de reclutamiento externas:** este tipo de reclutamiento se lleva a cabo cuando no existen candidatos dentro de la empresa o esta cree conveniente buscar un trabajador en el mercado de trabajo. Existen numerosas formas de reclutar externamente y cada una dependerá principalmente del puesto y del perfil del candidato que se busque. Entre los métodos más comunes de reclutamiento externo encontramos los siguientes:
 1. **Presentaciones:** es poco empleado en España y se utiliza para reclutar principalmente a recién graduados. Las formas más usuales que adopta son conferencias informativas y “jornadas de puertas abiertas”.
 2. **Folletos informativos:** Realizados por las empresas, normalmente para estudiantes a punto de finalizar sus estudios para que estos puedan conocer sus ofertas de empleo.
 3. **Contacto directo o personal:** Se trata de establecer contacto directo vía correo, fax, teléfono... con los candidatos, de tal forma que se favorece la confidencialidad. Es un método lento y costoso, aunque en ocasiones en que sólo se buscan candidatos de calidad está justificado.
 4. **Red informal:** Comunicar las ofertas de empleo a personas próximas a la organización o a personas que puedan facilitar el acceso a otras personas. Se trata de un método que da bastante resultado, ya que estas personas suelen recomendar sólo a candidatos en los que confían.
 5. **Tablón de anuncios.** Se trata de espacios dedicados al anuncio de ofertas de empleo que captan la atención del perfil de candidato que queremos reclutar. Podemos encontrarlos en la empresa si el objetivo es reclutar a gente que ya haya trabajado en la misma, en universidades si buscamos un perfil de estudiante o recién graduado etc.
 6. **Anuncios publicitarios:** Incluye el empleo en cualquier medio de comunicación: televisión, prensa, radio, etc.
 7. **Web 2.0:** Reclutamiento de candidatos mediante redes sociales o portales de empleo en Internet.

2.2.2 SELECCIÓN

Siguiendo con lo citado por Alfaro, N. y Rodríguez, L. (2004) una vez recibidas y analizadas las distintas candidaturas es necesario llevar a cabo una primera selección de los mismos.

Se comienza realizando un repaso del análisis del puesto y una descripción del candidato. A continuación se buscarán los requisitos entre las candidaturas recibidas, que normalmente son clasificadas en tres grupos:

- a) Los que puedan interesar y van a pasar a la selección porque parecen cumplir los requisitos.
- b) Los que ofrecen alguna duda por no ajustarse plenamente en algún aspecto prefijado o por falta de datos e información en alguno de ellos, pudiéndose considerar como reservas.
- c) Los que no responden a la mayor parte de las exigencias, y por ello, no van a ser considerados.

Por último, se recomienda responder a todas las candidaturas, ya sea para confirmar o rechazar. Esto es muy recomendable para evitar falsas expectativas y poder contar con la colaboración de esos candidatos que pueden ser de gran utilidad para la empresa en otros procesos de selección.

Realizados estos dos pasos previos junto a la comprobación de referencias, la empresa estaría en disposición de pasar a la segunda y tercera fase del proceso de selección, encaminada a cubrir los puestos vacantes o de nueva creación.

3. LA WEB 2.0

3.1 DEFINICIÓN Y EVOLUCIÓN

Antes de hablar de la Web 2.0 comenzaremos hablando del comienzo de la World Wide Web o la Web 1.0 (WWW). En sus comienzos se trataba de textos e imágenes subidas a una computadora conectada a la red todo el día para que le gente pudiera entrar en ella en cualquier momento. De acuerdo con Tim Berners-Lee (1992), “el World-Wide Web (WWW) es un sistema hipermedia distribuido, accesible a través de Internet, que permite navegar con facilidad por una enorme cantidad de información. El WWW fue iniciado con el objeto de integrar información accesible a través de una única red de ordenadores, pero mediante sistemas diversos”. El WWW se sustenta en cuatro elementos fundamentales: nuevo protocolo de comunicación del hipertexto (se trata de pulsar con el ratón en los elementos que aparecen resaltados lo que indica que se trata de un enlace, HTTP), lenguaje para escribir documentos hipermedia (HTML), sistema para designar objetos en Internet y operaciones a realizar sobre ellos (URL), y por último un conjunto de aplicaciones que se dividen el trabajo a servir y presentar la información multimedia al usuario.

Patricia Scott Peña (2013) la define como “el servicio más representativo e importante de Internet, algo así como un gran escaparate que admite en la actualidad todo tipo de formatos para comunicarnos, leer y acceder a cualquier tipo de servicio”. En resumen, la Web (WWW) era inicialmente una herramienta preparada para consultar información.

Esta Web evolucionó a otra Web más futurista, la Web que utilizamos actualmente, la Web 2.0. El término fue creado por Tim O’Reilly en el año 2004 definiendo a “una segunda generación

de Web basada en comunidades de usuarios y una serie especial de servicios de vanguardia como las redes sociales, los blogs y las aplicaciones compartidas a partir de etiquetas y otros”

Se trata de una evolución de la Web convencional donde “el usuario es el rey”, ya que esta Web se alimenta de una participación activa de los usuarios, que además de consultar son ahora los generadores y creadores de los contenidos e informaciones.

Hoy en día cualquiera tiene las mismas posibilidades de crear y publicar noticias que un periódico tradicional. Incluso muchos blogs reciben actualmente más visitas que las versiones online de muchos periódicos. La Web 2.0 se trata de una fuente de reclutamiento externa utilizada cada vez más y que ha reducido notablemente los costes de la propagación de la información; podemos incluso tener nuestra propia emisora de radio online, nuestro periódico, canal de vídeos...

3.2 TIPOS DE WEB 2.0

Siguiendo en la línea de Patricia Scott (2013), algunos ejemplos de Web 2.0 son:

- **Blogs:** Se trata de espacios Web donde los usuarios tienen la libertad de publicar continuamente información que quieren que los lectores conozcan: temas profesionales, personales, hobbies, etc. Estos textos o artículos son creados por uno o varios autores y organizados de forma cronológica y ofrecen la posibilidad de que los lectores añadan comentarios y sugerencias al tema expuesto.

- **Redes sociales:** Son comunidades de usuarios donde estos interactúan unos con otros, compartiendo gustos o intereses, pudiendo ser de cualquier parte del planeta. En los últimos años su uso ha crecido de manera extraordinaria. La comunicación de hoy en día no se concibe sin el uso de Facebook o Twitter. Existen varios tipos de redes sociales: las genéricas, las profesionales y las temáticas.
 - ✓ Genéricas: son las más conocidas, y su uso es principalmente el de compartir gustos e intereses con tu círculo de amigos más cercano. El ejemplo más representativo es la red social creada por Mark Zuckerberg en el año 2004, Facebook.
 - ✓ Profesionales: Aquellas cuyos usuarios son tanto personas que buscan empleo o cambiar de trabajo, como empresas que buscan candidatos para puestos de trabajo como por ejemplo LinkedIn.
 - ✓ Temáticas: Utilizadas por personas que comparten gustos, intereses o hobbies. Pinterest o Instagram son algunas de estas redes sociales temáticas.

- **Wikis:** se trata de uno de los servicios más exitosos de la Web 2.0. Es un sitio Web que puede ser editado desde el navegador por los usuarios de manera que creen, modifiquen o eliminen el contenido de una página Web. El ejemplo más representativo y a la que deben su mayor fama son las enciclopedias colectivas, al cual pertenece la conocida Wikipedia. Pueden ser de varios tipos:
 - Privadas: solo pueden acceder las personas registradas.
 - Públicas: puede acceder cualquier persona para editar o modificar.
 - Protegidas: puede acceder cualquier persona, pudiendo solo modificar y editar las personas registradas.

3.3 PRINCIPALES PLATAFORMAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

Uno de los problemas de la sociedad actual en esta época de crisis económica es la falta de empleo.

Antiguados quedaron ya los métodos de recorrer empresas en las que creíamos que nuestro perfil podría encajar y donde recibíamos un “ya te llamaremos”, o los envíos masivos de curriculums en los que no sabíamos ni siquiera si iban a perder un poco de tiempo en leer nuestro documento.

Internet y con esto, las tecnologías de la información y comunicación han aparecido como un medio muy útil para encontrar trabajo. Aunque nadie asegura y garantiza que cualquiera pueda encontrar trabajo gracias a la red, lo cierto es que las amplias posibilidades y la rapidez de esta nueva forma de búsqueda han hecho que la mayor parte de gente que se encuentra en esta situación utilice la red como vía principal.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tienen un papel importante en la búsqueda de empleo como por ejemplo el correo electrónico, un elemento primordial en todas las empresas modernas a la hora de solicitar puestos de trabajo. Su inmediatez, su comodidad de lectura, su facilidad de almacenamiento, y la posibilidad que ofrece de respuesta le han hecho ganar muchos puntos frente a los medios tradicionales, si bien es cierto que en muchas empresas se combinan todas las formas posibles.

Además del correo electrónico que como ya hemos explicado pertenece a las tecnologías de la información y comunicación existen también diferentes formas de buscar empleo en Internet y que pertenecen a la Web 2.0. Se pueden clasificar de la siguiente manera:

3.3.1 PORTALES WEB DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

Si hablamos de búsqueda de empleo a través de Internet, no podemos pasar por alto los portales Web destinados a este fin. Una de las más populares y que debemos mencionar como ejemplo es **www.infojobs.es**. Alicia López (2013) explica que esta Web ha presentado en los últimos años tal crecimiento que ha pasado de ser una página irrelevante a convertirse en uno de los portales más visitados del momento (en el ranking de Google ocupa el puesto número 37 de España) y el líder indiscutible del sector. En el año 2014 Infojobs ayudó a firmar 712.533 contratos, un 75% más que en 2013, tal y como muestra la imagen 1 extraída del periódico El País.



Imagen 1. Periódico El País.

Su actualización continua, su número de ofertas diarias, y el contacto directo entre empresa y usuario, han hecho que Infojobs se haya convertido en la Web líder de empleo en España tanto para empresas como para trabajadores. Su utilización es sencilla, se debe de rellenar un curriculum online para poder comenzar a inscribirse en las ofertas diarias publicadas que puedan interesar al candidato. Una vez inscrito, dará comienzo el proceso de selección en el que las empresas pueden ver el curriculum del usuario y lo incluirán o no dentro de uno de los tres estados con los que funciona esta página: en proceso, finalista o descartado. Se debe tener en cuenta que Infojobs no interviene en el proceso selectivo, simplemente pone en contacto a la empresa y al candidato a través de su espacio Web, por lo que una vez comienza un proceso, la empresa titular de la oferta es la única responsable. Si la empresa cree haber encontrado al candidato idóneo para el puesto, se pondrá en contacto con él mediante teléfono o correo electrónico para concertar una entrevista.

Además de esta página, también podemos destacar los siguientes portales Web orientados a la búsqueda de empleo:

- **www.infoempleo.es:** Es otro de los portales de búsqueda de empleo más representativo junto con Infojobs y su funcionamiento es muy similar al de éste.
- **www.lacoladelparo.es:** Se trata de una Web actualizada a diario donde se publica qué empresas cuentan con procesos de selección abiertos. En este caso no hay que inscribirse en

ninguna oferta, la Web solo te informa de las empresas y sus Webs para que uno mismo sea quien entre a darse de alta.

Además de todo lo anterior citado, hoy en día los recién titulados universitarios o aquellos estudiantes que tengan superados una serie de créditos, pueden optar a encontrar un primer empleo o unas prácticas remuneradas en diversos portales que ofrecen esta serie de servicios. Se denominan prácticum, y se trata de programas de cooperación educativa, prácticas en empresas y formación en centros de trabajo que cada vez tienen más peso en el currículum de los estudiantes.

Algunos de los portales donde poder acceder a un programa de estas características son:

- **Universa:** El Servicio de Orientación y Empleo y prácticas de la Universidad de Zaragoza facilita la realización de prácticas.
- Fundación Universidad Empresa: <http://www.feuz.es>
- <http://www.quieroserbecario.com/>

Otra de las formas para la búsqueda de empleo en Internet, son las redes sociales. Podemos distinguir dos tipos: las redes sociales profesionales y las redes sociales generales.

3.3.2. REDES SOCIALES PROFESIONALES

Son aquellas redes enfocadas a negocios, trabajo y actividades comerciales. Los usuarios en este tipo de red social crean un perfil profesional donde muestran su experiencia y formación. En ese momento el objetivo es poder hacer contactos para compartir experiencias de manera que puedan interesarse en una contratación laboral.

Luis Perdiguero y Patricia Herencias (2014) elaboran un estudio dentro del informe Adecco 2014 donde muestran las redes sociales mas utilizadas para este propósito.

Las más utilizadas son:

- **LinkedIn:** Es la red de contactos por excelencia y la más utilizada para buscar empleo en España. “Es usada por un 64,1% de los encuestados españoles, casi el doble que la media mundial, situada en el 35,4%. Además, las personas que hacen uso de esta plataforma lo hacen casi exclusivamente con fines profesionales: sólo un 19% de los españoles utiliza LinkedIn con otros propósitos” (Perdiguero y Herencias, 2014). Lo importante es mantener el currículum actualizado y pertenecer a algún grupo con una afinidad profesional. El siguiente paso es encontrar contactos cercanos, ya sean profesionales de su sector, antiguos compañeros, etc. Su registro y funcionamiento es muy parecido al de resto de redes sociales.
- **Xing:** “En quinto lugar se encuentra Xing” (Perdiguero y Herencias, 2014). Se trata de una red social para profesionales, directivos, autónomos y empresas de todos los sectores

que usan esta plataforma como fuente de información. Los usuarios pueden conocer a nuevos clientes, seleccionar personal cualificado, y encontrar nuevas ideas en esta plataforma. Para formar parte de Xing, se requiere de un registro gratuito. Además existe la opción para usuarios Premium, en la que se paga una cuantía mensual. Los consejos para conseguir empleo son similares a los anteriormente citados.

3.3.3 REDES SOCIALES GENERALES

En este caso estas redes sociales son aquellas que se dirigen a un público objetivo muy numeroso y con distinta temática, aunque en este caso hablemos de ellas para la búsqueda de empleo.

Las más utilizadas son:

- **Twitter:** “Se trata de la segunda red social más utilizada por los españoles para buscar empleo (19,5%) mientras que a nivel mundial es Facebook (17,1%)” (Perdiguero y Herencias, 2014). Su funcionamiento es sencillo, consiste en crear un perfil con un nombre de usuario y añadir una foto. Posteriormente se recomienda tuitear con regularidad compartiendo contenido y retuiteando diferentes tuits de otros usuarios. Si la finalidad de uso de esta red social es encontrar empleo, es preciso que el contenido de las publicaciones sea serio.
- **Facebook:** “Sus papeles se intercambian en este contexto pues en España la tercera red más empleada en la búsqueda de trabajo es Facebook, con un 11,3% de usuarios, mientras que en el resto del mundo es Twitter (6,2%)” (Perdiguero y Herencias, 2014). Para comenzar a buscar empleo en Facebook empezaremos creando una cuenta en la que incluyamos una foto de perfil, información sobre ciudad de residencia, centro de estudios, empresas donde hayamos podido adquirir experiencia profesional, etc.

Es sabido por todos que cada vez está más extendida la práctica de recoger y buscar por parte de las empresas información sobre candidatos a través de las redes sociales, por ello, debemos de tener cuidado a la hora de publicar y compartir noticias, vídeos o fotos de nuestra vida personal, o restringir el acceso a esta información para que solo sea visible para nuestros amigos de confianza.

Una vez finalizados estos pasos, estamos listos para usar nuestra información a nuestro favor ya que los reclutadores tienen en esta red social una fuente muy valiosa para saber datos de cualquier candidato.

3.3.4 BLOGS

Como ya hemos visto anteriormente, un blog es un espacio Web donde los usuarios tienen la libertad de publicar continuamente información que quieren que los lectores conozcan: temas profesionales, personales, hobbies, etc. Se trata de un “diario personal” donde el usuario escribe periódicamente informaciones que espera que sean leídas por alguien. Es por esto que en la actualidad existen infinidad de blogs de diversa temática.

- **Blogs:** “En cuarto lugar, las personas que buscan empleo activamente lo hacen a través de los blogs, con una tasa de uso muy similar en España como en el resto del mundo, siendo ligeramente superior en nuestro país (6,5% frente al 5,2% que es la media mundial)” (Perdiguero y Herencias, 2014).

4. LA WEB 2.0 Y LA DEMANDA DE EMPLEO

En este apartado analizaremos y compararemos el funcionamiento de la Web 2.0. Primero analizaremos el punto de vista del departamento de Recursos Humanos a la hora de reclutar, y a continuación analizaremos el punto de vista de los candidatos frente a este método.

4.1 RECURSOS HUMANOS: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE EMPLEADOS

El departamento de Recursos Humanos se ha convertido en el departamento ideal para poner en marcha las nuevas tecnologías de Web 2.0.

Internet ha revolucionado la forma de reclutamiento y selección en la que las empresas estaban acostumbradas a buscar nuevos candidatos. En este cambio han influido las redes sociales, utilizadas cada vez más en estos procesos. En España se utiliza en un 80% de las empresas, una cifra que continúa en aumento según el informe elaborado por Perdiguero y Herencias para Adecco en 2014.

Esto supone una gran ventaja para el departamento de Recursos Humanos tal y como veremos a continuación.

4.1.1 CÓMO SE UTILIZA LA WEB 2.0

Según Joan Márquez (2014), el sector de los Recursos Humanos sabe muy bien que para encontrar y atraer el mejor talento, debe estar en las redes sociales, portales de empleo o blogs, pero aún existen profesionales que no saben cómo empezar y cómo manejar este tipo de reclutamiento,

sabiendo que actualmente es muy importante. Márquez cita cómo deben de ser los primeros pasos para tener éxito en el reclutamiento mediante la Web 2.0:

- Comunícate con tus candidatos.
- Se eficiente.
- No reclutes, véndete.
- Utiliza las redes sociales y portales de empleo adecuados.
- Conoce a fondo tu candidato.
- Entra en el mundo virtual.
- Utiliza el lenguaje adecuado de cada una de las redes sociales.
- Organízate con tus compañeros.

Además de todo lo anterior citado, debemos tener en cuenta que cada red social o portal de empleo funciona de manera distinta y tienen usuarios muy diferentes por lo que no se deben de tratar a todas por igual.

Según Albert Roig (2014) en Twitter por ejemplo se debe de publicar la vacante de manera muy directa para que seguidores y candidatos se sientan atraídos por la oferta y en la misma publicación debemos insertar el enlace para que los posibles interesados puedan acceder directamente a la oferta de empleo. Es muy importante utilizar el característico lenguaje de esta red social, los denominados *Hashtags* (#).

Joan Márquez (2014) diferencia entre los mejores y peores días y horas para publicar empleo en España en las redes sociales más conocidas.

Para publicar en Twitter las peores horas son desde las 20 hasta las 9 de la mañana, teniendo como peores días los lunes y los viernes. Los mejores días y horas, sin embargo, son el martes y jueves en horario de 13 a 15 horas.

Para publicar en LinkedIn Iván Sala (2014) enumera las claves más importantes para atraer candidatos y poder reclutarlos. Debemos empezar por tener un perfil de empresa lo más completo y profesional posible añadiendo foto de perfil o imagen de marca. El siguiente paso es el de realizar una descripción de la empresa para que los candidatos puedan saber cual es la filosofía y que actividades realiza la compañía. Una vez la empresa tenga su perfil llega el momento de buscar candidatos dotando la página de contenidos con información y vacantes disponibles.

En este caso Joan Márquez (2014) dice que en LinkedIn las peores horas para publicar ofertas son de 22 de la noche a 6 de la mañana, y las mejores horas de 7 a 9 de la mañana y de 17 a 18 de la tarde siendo los mejores días son los martes y miércoles. Para poder tener éxito en esta red

social profesional, se recomienda construir una buena página de empresa, crear un buen perfil, realizar una buena búsqueda de candidatos, y difundir las vacantes disponibles en la empresa.

En Facebook la forma de reclutar es muy similar a la anterior, solo que en este caso Facebook es usada por casi un 100% de candidatos que estamos buscando. Según Alba Da Virgi (2015) se debe empezar creando un buen perfil con imagen corporativa, gestionar e interactuar correctamente con la página, difundir las vacantes de empleo disponible y por último ganar seguidores afines a tus intereses. Para publicar ofertas se deben de ofertar en el muro (panel donde se interactúa dejando comentarios, fotos o videos). Es importante que si la vacante es para cubrir urgentemente la resaltemos de alguna forma poniéndola como foto de perfil o utilizando videos en ella.

Joan Márquez (2014) como en Twitter y LinkedIn también diferencia entre mejores y peores días y horas para publicar ofertas en España en Facebook. Para publicar en Facebook las peores horas son desde las 20 hasta las 8, mientras que las mejores son al mediodía, de 13 a 16 horas. El mejor día para publicar en esta red social es el miércoles a las 15 horas.

Respecto a precio, la diferencia de publicar en redes sociales o portales de empleo es el coste. Mientras que en redes sociales como LinkedIn o Twitter publicar una oferta es gratuita en portales de empleo como Infojobs o Infoempleo solo es gratuita la primera o segunda oferta publicada.

Mediante la búsqueda de información tanto en las distintas páginas Web de portales de empleo como en los números de teléfono de atención al cliente, hemos podido comprobar que Infojobs informa en su página Web de sus precios, que van desde los 475 € para la publicación de tres ofertas hasta los 2400 € para la publicación de veinticinco. Además en el número de atención al cliente se pueden solucionar precios para la publicación de ofertas constantes.

Infoempleo funciona de una manera similar. En este caso la publicación de una segunda oferta tiene un coste de 135 € publicada durante un periodo de 90 días. Si se trata de un número mayor de anuncios existe un contacto para precios especiales.

4.1.2 QUIÉN UTILIZA LA WEB 2.0

Según Markos Goikolea (2014), cada vez son más las empresas que utilizan la Web 2.0 como una forma de reclutar y seleccionar en sus procesos de selección.

Como ya hemos visto, las nuevas tecnologías ofrecen amplias posibilidades para que la búsqueda de nuevos candidatos sea mucho más fácil y eficaz.

El responsable de Recursos Humanos de las empresas ha dejado de ser únicamente el encargado de las nóminas y contrataciones. Con la Web 2.0, estos responsables han evolucionado a

ser asesores de confianza que además de asesorar a los altos directivos de la empresa en nuevas tendencias de reclutamiento y selección se encargan de otras funciones como estas:

- **Marketing:** No se trata solo de cubrir un puesto vacante, deben de hacer atractiva la candidatura en el perfil corporativo de la empresa.
- **Comercial:** Encargados de captar los mejores y talentosos candidato para poder negociar y cerrar tratos con ellos.
- **Analistas de datos.**
- **Investigadores:** Un responsable de Recursos Humanos debe de investigar y conocer la competencia y estar al corriente de las novedades en selección de personal.
- **Informático.**

“Un responsable de Recursos Humanos 2.0 es cada vez un profesional más cualificado y demandado. Las empresas los necesitan para atraer el talento en sus diferentes procesos de selección.” (Markos Goikolea, 2014).

Eduardo Martínez (2013) confirma lo citado por Markos Goikolea añadiendo que es el momento de que los empleadores se adapten a las nuevas tecnologías.

Las empresas lo saben, ha llegado la hora del uso de teléfonos móviles y de redes sociales y portales de empleo para buscar talento. Los grupos y usuarios profesionales de LinkedIn y Twitter entre otros, comparten su trabajo y publicaciones por lo que son una excelente forma de juzgar y valorar talento.

Además, ya no es necesario desplazarse hasta el lugar de la entrevista gracias a aplicaciones como Skype que permite al reclutador realizar la entrevista desde el sitio de trabajo lo que hace muy fácil la comunicación entre reclutador y candidato si estos viven en lugares diferentes.

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 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 pero ahora además, hay que tener en cuenta las redes sociales" (Alastruey, 2011)

Este es el nuevo perfil del responsable del departamento de Recursos Humanos. Ahora veremos que empresas son las que utilizan este tipo de reclutamiento y selección.

Las pequeñas empresas (como pueden ser Serlog 21 o la gestoría López y Aláez Asociados en Zaragoza) se están actualizando poco a poco en este tipo de reclutamiento puesto que supone más beneficios que desventajas.

Las grandes empresas, sin embargo, ya cuentan con experiencia en este campo y las podemos ver día a día tanto en redes sociales como en portales de empleo, como podemos ver en las imágenes 2 y 3. Algunos ejemplos son Seat, BBVA, Saica, Leroy Merlín o Mercadona entre otros.

Seat ha sido de las primeras empresas españolas en apostar por el reclutamiento mediante la Web 2.0 ya que cuenta con una comunidad propia en LinkedIn donde se pueden consultar y debatir sobre ofertas de empleo. También cuenta con cuenta en Twitter donde difunde sus oportunidades laborales. “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.

BBVA también empieza a hacerse notar en las redes sociales y portales de empleo. Cuenta con un grupo en Facebook dirigido a candidatos para puestos de trabajo y becas, donde además difunde consejos para triunfar en el proceso de selección. “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”.



The image shows a screenshot of a job listing on the InfoJobs website. The listing is for a position at Mercadona, a supermarket chain. The job title is 'ASESOR/A JURÍDICO/A'. The listing includes the following details:

- Company:** MERCADONA (SUPERMERCADOS DE CONFIANZA)
- Location:** Paterna, Valencia/València (España)
- Salary:** 44.000€ - 66.000€ bruto/año
- Experience:** Experiencia mínima: al menos 3 años
- Offer Type:** Tipo de oferta: indefinido, jornada completa

The page also features a navigation menu at the top with options like 'Empleo', 'Freelance', 'Executive', 'Consejos', and 'Zona empresas'. There are buttons for 'Accede' and 'Date de alta'. A navigation bar includes 'Volver', 'Anterior', and 'Siguiente'. A prominent question asks '¿Te gustaría tener un trabajo estable de calidad?'. A dark navigation bar contains links for '¿Qué es Mercadona?', 'El trabajador en Mercadona', 'Política de Recursos Humanos', 'Condiciones Legales', and 'Ofertas de empleo'. A small Mercadona logo is visible in the bottom right corner of the listing area.

Imagen 2. Oferta de empleo publicada en el portal de empleo Infojobs por la empresa Mercadona.



Imagen 3. Oferta de empleo publicada por la empresa Leroy Merlín en LinkedIn.

4.1.3 COMPARATIVA CON OTROS SISTEMAS

Si hablamos de Web 2.0 y el novedoso reclutamiento y selección que este método conlleva, estamos hablando de una novedosa forma que las empresas están desarrollando y que cada vez está más extendida. Eduardo Martínez (2013) confirma lo citado anteriormente. Es posible que en la ciudad de residencia del candidato no existan oportunidades de trabajo abundante pero en otras si y ahora las empresas son capaces de seleccionar desde cualquier parte ganando flexibilidad y reduciendo costes.

Esto, frente a otros sistemas más antiguos como el envío de currículos o el anuncio de empleo en revistas y periódicos, presenta una serie de innegables ventajas. Basándonos en las afirmaciones de Toni Gimeno, director de marketing en TalentClue (2014) se clasifican de la siguiente forma:

- 1. Ahorra tiempo, ahorra dinero:** las redes sociales y portales de empleo son capaces de realizar un gran proceso de selección sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero además de disminuir notablemente el tiempo invertido gracias a las opciones de filtros que estas nos ofrecen. En el caso de redes sociales ya hemos visto que no es necesario invertir dinero, mientras que en portales de empleo si, pero las ofertas para esto son numerosas y el precio para este fin no es excesivo si lo comparamos con métodos antiguos como el de publicar anuncios en periódicos o revistas.

Informándonos en el teléfono de atención al cliente de Heraldo de Aragón por ejemplo publicar un anuncio en este diario tiene un coste por palabra de 0,42 más IVA de lunes a

sábado y de 0,50 € mas IVA los domingos. Teniendo en cuenta este precio, un anuncio de unas 20 palabras publicado durante una semana entera tendría un coste de 81.8 € lo que resulta más costoso que publicar en un portal de empleo.

- 2. Selecciona tu perfil adecuado:** en reclutamiento y selección 2.0 es posible acotar los criterios de búsqueda deseados segmentando por formación, edad y sexo entre otros. Esta opción se puede llevar a cabo tanto en redes sociales como en portales de empleo pero sin embargo en anuncios en prensa no.
- 3. Beneficiate del feedback:** el contacto directo con los posibles candidatos es otro de los beneficios que el reclutamiento con Web 2.0 nos ofrece.
- 4. Cuenta con los candidatos pasivos:** la Web 2.0 hace que las ofertas puedan ser visualizadas por multitud de candidatos, incluidos los pasivos, aquellos que valorarían una oferta de empleo que mejorase en la que se encuentran actualmente.
- 5. Conoce cómo te ven:** Estar en la Web 2.0 significa exponerte al resto del mundo, es por esto que sabrás tanto tus puntos fuertes como los puntos débiles que debes mejorar mediante comentarios y opiniones de los usuarios.

Según la Web *TalentTools* las ventajas anteriores son correctas y las complementa con alguna más y que resumimos a continuación:

- 1. Construir nuestra *Employment Brand*:** las redes sociales son una buena herramienta para difundir la cultura de la empresa a candidatos y profesionales. Si publicamos imágenes así como nuestra misión y visión permitirá a los posibles candidatos tener una idea de cómo es la empresa antes de presentarse a la oferta de empleo.
- 2. Complementar nuestro sistema de reclutamiento por referencias:** este sistema es muy efectivo. Podemos formar a nuestros ya empleados en redes sociales para que puedan ser ellos los que formen parte del proceso de búsqueda de nuevos candidatos.
- 3. Tener más información sobre los candidatos:** gracias a la Web 2.0 podemos obtener información evaluando su perfil dentro de redes sociales o portales de empleo puesto que los candidatos suelen incluir un resumen de sus anteriores puestos de trabajo, recomendaciones hechas por personas que ya han trabajado con ellos etc.

Pero el reclutamiento 2.0 en redes sociales y portales también tiene, aunque muy pocas, sus desventajas. Pedro Rojas (2010) cita algunas de estas en su blog:

- Inversión de un tiempo elevado en la construcción de una comunidad y su reputación.
- No es posible sincronizar los contactos con herramientas tradicionales.

- Si la persona que se ha dedicado a esta tarea deja la empresa, el trabajo invertido se va con ella.
- La empresa siempre va a estar expuesta tanto para bien como para mal.
- Tendencia a elegir candidatos parecidos a nosotros mismos que compartan gustos e intereses similares en redes sociales y portales de empleo.

4.2 DEMANDANTE: BÚSQUEDA DE EMPLEO

Como ya hemos visto, un alto número de empresas ya utilizan el reclutamiento mediante la Web 2.0. En este apartado analizaremos la otra cara de la Web 2.0, los demandantes de empleo. Según Adecco (2014) un 78 % de los candidatos ya utilizan este tipo de métodos diariamente para encontrar empleo.

4.2.1 CÓMO SE UTILIZA LA WEB 2.0

Buscar empleo es un “trabajo” por el tiempo que se debe dedicar a ello. Para llevarlo con la mejor actitud posible es mejor estar preparados y mentalizados.

Años atrás en esta tarea se debía de invertir mucho más tiempo que actualmente debido a las posibilidades que nos ofrecen las tecnologías de la información y comunicación.

La forma más habitual para encontrar empleo en la Web 2.0 es registrar nuestro Curriculum Vitae en los portales de empleo, páginas de las empresas en las que queremos entrar a formar parte y en redes sociales. Antes de nada, debemos asegurarnos de que al introducir nuestros datos lo estamos haciendo en sitios seguros, desconfiando siempre de portales y redes sociales que nos exigen dinero por el registro o nos obligan a registrar nuestro número de cuenta.

Es recomendable que actualicemos nuestro curriculum constantemente, y que comprobemos nuestra privacidad permitiendo acceso solo a conocidos, amigos o empresas en las que estemos interesados.

También debemos presentar un nivel de actividad alto para que las empresas en las que estamos interesados no piensen que hemos perdido interés en la búsqueda, y muy importante compartir un contenido neutral teniendo mucho cuidado a la hora de comentar y publicar contenido poco lícito para el reclutador o la empresa que nos interesa.

4.2.2 QUIÉN UTILIZA LA WEB 2.0

Según el Informe Adecco (2014) un 78% de las personas usan las Redes Sociales y portales de empleo a diario, un 14% varias veces por semana y un 5% al menos una vez a la semana para buscar empleo.

Si estos porcentajes los clasificamos por edades, un 46% de entre 36 y 50 años, un 34% de entre 26 y 35, un 10 % de entre 18 y 25 y un 10% de mas de 51 años utilizan habitualmente la Web 2.0 para buscar empleo siendo más mujeres que hombres las que utilizan este tipo de métodos como vemos en la imagen 4.



Imagen 4. Porcentajes clasificados por edades a la hora de utilizar Web 2.0 para buscar empleo. Informe Adecco 2014.

Si clasificamos el porcentaje por situación laboral un 61% de los usuarios es desempleado, mientras que un 33% es empleado y otro 6% es autónomo. (Imagen 5)

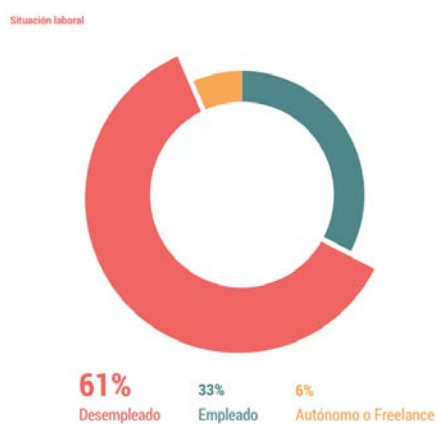


Imagen 5. Porcentajes clasificados por situación laboral. Informe Adecco 2014.

4.2.3 COMPARATIVA CON OTROS SISTEMAS

Basándonos en Carmen Corral y en su artículo “Las 4 ventajas de trabajar en la Nube para reclutar en equipo” (2015) pasamos a resumir una serie de ventajas para los candidatos a la hora de buscar empleo mediante las redes y portales.

1. **Fácil acceso:** Las ofertas que se encuentran dentro de la Web en diversos portales y redes sociales hacen que sean visibles para los candidatos desde cualquier dispositivo con acceso a Internet, ya sea un teléfono móvil, una “tablet”, o un ordenador. Esto hace que los candidatos puedan estar actualizados de las nuevas ofertas de empleo que se van publicando, o incluso poder ver en que estado se encuentra su candidatura (Imagen 6).



Imagen 6. Estado de la candidatura en proceso de selección en teléfono móvil. Aplicación teléfono móvil Infojobs.

2. **La información está al alcance de todos.**
3. **Mejora la comunicación:** Tanto los reclutadores como los demandantes de empleo inscritos en estas ofertas pueden ver en todo momento si el proceso de selección ha sido cerrado, o si la oferta ha tenido cambios. De esta manera se garantiza que todo el mundo este informado y comunicado de los cambios en todo momento y de forma prácticamente instantánea.
4. **Reduce los tiempos:** La información es accesible a todos los candidatos, lo que permite reducir los tiempos en la búsqueda de empleo llevando un control de ofertas en las que te has inscrito, cuales han sido tus últimas búsquedas, o incluso saber cuales has descartado.

Teniendo toda esta información organizada nos permite ahorrar tiempo para poder centrarnos en otras ofertas que nos puedan interesar.

Lourdes Barroso (2007) añade otra serie de ventajas a las anteriormente citadas, y que se resumen de la siguiente manera:

- 1. Más cómodo y económico:** Desde casa o desde el transporte público ahora podemos buscar empleo además de ahorrarnos el coste en sellos y sobres.
- 2. Formación:** La Web 2.0 nos permite aprender realizando tests psicotécnicos online, podemos encontrar pautas para superar una entrevista de trabajo y además ganaremos experiencia en blogs, buscadores, redes sociales... algo muy importante actualmente.

Pero la Web 2.0 no solo tiene cosas buenas. También muestra una serie de desventajas para los demandantes de empleo. Según el artículo Ventajas y desventajas de la búsqueda de empleo en Internet de Ruth Mayhew (2014) se clasifican en las siguientes:

- **El empleo en la Web 2.0 limitado:** Bien es cierto que cada vez se publica un número mayor de ofertas de empleo en Internet pero todavía nos encontramos en un periodo en el que esto está evolucionando de manera que muchas de ellas no son publicadas en línea.
- **La competencia:** Una importante desventaja es que actualmente casi todo el mundo busca empleo en la Web 2.0, lo que hace que la competencia en una oferta de empleo publicada sea muy elevada. Al buscar trabajo de esta forma compites con personas que están fuera de tu área, de tu región y muchas veces de tu país de origen.
- **Datos que circulan en la red:** aunque para utilizar la Web 2.0 uno de los requisitos fundamentales es registrarnos con nuestros datos personales debemos de tener cuidado como ya hemos dicho anteriormente. En ocasiones nuestros datos personales pueden caer en manos de personas que puedan vender nuestros datos.
- **Ofertas de trabajo engañosas.**

Víctor Villapalos (2012) añade desventajas como visibilidad de las carencias (si existen), aunque serán siempre tanto para bien como para mal. Otra desventaja es el ingente trabajo de actualización y de gestión de los perfiles que conlleva tener un perfil dentro de la Web 2.0. Si no disponemos de tiempo es posible que nos cueste mantener al día nuestro perfil puesto que requiere cierto tiempo de mantenimiento. La imagen contraproducente si no se tienen actualizados y

controlados los perfiles es otra de las desventajas que nos plantea Víctor Villapalos al hilo de la desventaja citada anteriormente.

5. CONCLUSIONES

El objetivo principal de este trabajo era explorar la actitud ante la Web 2.0 de los empleadores y responsables del proceso de selección de personal de una empresa, y de los demandantes de empleo que se encuentran en búsqueda activa de empleo, la mayoría desempleados o beneficiarios de alguna prestación.

El mercado laboral actual es precario, inestable e inseguro, pero a pesar de ello los responsables de Recursos Humanos de una empresa todavía siguen publicando ofertas de empleo demandando trabajadores para diferentes puestos de trabajo. En este contexto, lo importante para poder encontrar un trabajo deseado es contar con las herramientas disponibles para ello, y aunque sigamos contando con los métodos tradicionales, hemos comprobado que son cada vez más las empresas que utilizan la Web 2.0 para reclutar. Consideran que es un gran método para ahorrar tiempo en el proceso, además de costes ya que como hemos podido confirmar los métodos antiguos de publicar ofertas de empleo son mucho más costosos que los actuales. Todo esto acompañado de una gran cantidad de información a la que las empresas pueden optar referente a sus competidores y candidatos a contratar, hace que la Web 2.0 esté ganando cada día más adeptos y no solo sean las grandes empresas las que utilicen este método sino que sean también cada día más, las pequeñas y medianas empresas.

Hemos podido corroborar el porqué las empresas siguen poniendo en práctica el reclutamiento 2.0 día a día sin arrepentirse, y es que cualquier autor que escribe sobre el tema confirma los beneficios de esta nueva forma de reclutamiento, añadiendo muy pocas desventajas frente a las numerosas ventajas. Yo mismo haciendo prácticas en tres empresas distintas a lo largo del grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos, puedo confirmar las múltiples ventajas citadas por la variedad de autores en este proyecto ya que he visto de primera mano como estas empresas dejaban los métodos tradicionales olvidados para dar paso al reclutamiento 2.0.

Respecto a la otra cara que utiliza la Web 2.0, la cara de aquellas personas que buscan empleo, también hemos podido ratificar que son cada día más las adeptas. No salir de casa y gastar dinero en autobús o en imprimir curriculums para buscar empleo y más si la persona no dispone de prestación por desempleo, saber en qué estado se encuentra tu proceso de selección o poder informarte y saber de qué manera realizar una entrevista según cual sea la empresa son beneficios

incuestionables. Estas ventajas se reflejan tanto en los autores que hablan de este tema como en el día a día con familiares, amigos y conocidos, los cuales han dejado de llamar a las empresas para directamente inscribirse en la oferta de la red social o portal de empleo en la que está publicada y de los cuales pocos conocemos que sigan enviando curriculums con sobre y sello, o llamando por teléfono para preguntar si existen vacantes disponibles. En este contexto también cuento con experiencia puesto que durante mis años de universidad siempre he realizado trabajos a media jornada, y todas las empresas en las que he trabajado utilizaban Web 2.0 para reclutar. Fueron múltiples las que me dijeron que no cogían curriculums en papel y que debía de inscribirme dentro de sus ofertas de empleo, lo que por supuesto me hizo ahorrar tiempo y dinero en mis siguientes búsquedas de empleo ya que en un día podía enviar el mismo número de curriculums que en una semana depositándolos en persona.

Si tenemos que citar algún elemento que no pueda ser aplicable en la Web 2.0 además de las pocas desventajas citadas en el trabajo quizás sean el no poder interactuar en persona a la hora de solicitar el empleo ya que esto muchas veces también hace ganar puntos en un proceso de selección ya sea por la apariencia, la educación o la simpatía o no poder ver de primera mano el clima laboral de la empresa en la que queremos entrar a formar parte si somos los que buscamos empleo.

Si somos la empresa que busca empleados, los elementos no aplicables son menores puesto que es la empresa la encargada de tomar las decisiones, pero también existen. Uno de estos elementos podría ser la pérdida de tiempo en fases de reclutamiento a la hora de realizar entrevistas, puesto que mucha gente al tener tantas facilidades en el acceso a ofertas de empleo, se inscribe en estas ofertas en bucle sin a veces tener el perfil demandado.

Para concluir, diremos que la búsqueda y oferta de trabajo en la Web 2.0 ha aumentado tal y como hemos ido viendo a lo largo del trabajo. El departamento de Recursos Humanos de una empresa se ha visto beneficiado en muchos aspectos que ya hemos citado como la mayor información sobre los candidatos entre otros, algo que ha hecho que el departamento deje atrás las formas antiguas de reclutar y forme parte ya de la Web 2.0. Por otra parte los demandantes de empleo han visto en la Web 2.0 un ahorro de tiempo, de dinero y de seguridad al saber si siguen formando parte de un proceso de selección, lo que hace que también se queden a formar parte de esta Web, la Web 2.0.

En mi opinión hemos dejado atrás la tradicional forma de publicar y buscar empleo, dando paso a un sistema novedoso y muy útil que en un futuro no faltara en ninguna empresa. La Web 2.0

es algo muy beneficioso para todos y estoy seguro que ira evolucionando a pasos agigantados conforme pasen los años convirtiéndose en algo imprescindible para todos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alastruey, R. (2011). *Abran paso al reclutamiento 2.0*. Consultada el 5 de enero en <http://www.factorhumano.org/>
- Alfaro, N y Rodríguez, L. (2004). *Reclutamiento y selección de personal. El factor humano en las relaciones laborales*. Madrid: Edt.Pirámide.
- Barroso, L. (2007). *Ventajas de usar Internet para buscar trabajo*. Consultada el 25 de noviembre de 2015 en <http://www.lbarroso.com/>.
- Berners-Lee, T., Caillau, R., Groff, J-F. y Pollerman, B. (1992). World-Wide Web: Información sobre Física de Altas Energías.
- Blacutt, M. (2011). *El desarrollo local complementario*. Consultada el 2 de septiembre de 2015, en <http://www.marioblacutt.com/>.
- Corral, C. (2015). *Las 4 ventajas de trabajar en la Nube para reclutar en equipo*. Consultada el 10 de noviembre de 2015 en <http://blog.talentclue.com/las-4-ventajas-de-trabajar-en-la-nube-para-reclutar-en-equipo>.
- Da Virgi, A. (2015). *Como reclutar en Facebook*. Consultada el 3 de enero en <http://blog.talentclue.com/>.
- Dasi, A. Ferrer, C. Iborra, M. (2006). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid: Paraninfo
- Dessler G. (2009). *Administración de recursos humanos*. México: Autor-editor.
- García Del Junco, J y Casanueva, C. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Garrido, L. (2013). *Funciones del departamento de RRHH*. Consultada el 15 de septiembre de 2015 en <http://www.eoi.es/>.
- Gimeno, T. (2014). *Las 6 Ventajas del Reclutamiento 2.0*. Consultada el 10 de noviembre de 2015 en <http://blog.talentclue.com/las-6-ventajas-del-reclutamiento-20>.
- Goikolea, M. (2014). *¿Cómo es un Reclutador 2.0? Radiografía del Nuevo Profesional de RRHH*. Consultada el 10 de noviembre de 2015 en <http://blog.talentclue.com/>.
- López, A. (2014). *5 sitios para buscar empleo en Internet*. Consultada el 30 de octubre de 2015, en <https://preocupacionesdeunparado.wordpress.com/>.
- Márquez, J. (2014). *Como tener éxito reclutando en las Redes Sociales*. Consultada el 10 de noviembre de 2015 en <http://blog.talentclue.com/como-tener-exito-reclutando-en-las-redes-sociales-infografia>

- Martínez, E. (2013). *Retos y Tendencias del Reclutamiento 2.0*. Consultada el 11 de noviembre de 2015 en <http://blog.talentclue.com/bid/339789/Retos-y-Tendencias-del-Reclutamiento-2-0>.
- Mayhew, R. (2014). *Ventajas y desventajas de la búsqueda de empleo en Internet*. Consultada el 16 de noviembre de 2015 en <http://pyme.lavoztx.com/>.
- Perdiguero, L. y Herencias, P. (2014). *Búsqueda de empleo y reputación digital en la era 3.0*. Informe Adecco diciembre 2014.
- Roig, A. (2014). *Publicar Ofertas de Empleo en Twitter: Un Must del Reclutamiento*. Consultada el 15 de diciembre en <http://blog.talentclue.com/>.
- Rojas, P. (2010) *Reclutamiento 2.0. Innovación, ventajas y desventajas en RR.HH.* Consultada el 4 de diciembre de 2015 en <http://www.seniorm.com/reclutamiento-20-innovacion-ventajas-desventajas-en-rrhh/>
- Sala, I. (2014). *Claves para Reclutar en LinkedIn este 2014*. Consultada el 15 de diciembre en <http://blog.talentclue.com/>.
- Scott, P. (2013). *Internet Edición 2013*. Madrid: Edt. Anaya.
- TalenTools (2012) *Beneficios del reclutamiento social*. Consultada el 10 de diciembre de 2015 en <http://talenttools.es/noticias/beneficios-reclutamiento-social/>.
- Universidad Politécnica de Valencia. (2010). *Historia de la Web 2.0*. Consultada el 8 de octubre en <http://histinf.blogs.upv.es/>.
- Villapalos, V. (2012), *Redes sociales en la búsqueda de empleo*. Consultada el 9 de enero en <http://www.biblogtecarios.es/>.