



23 de agosto – Día Internacional del Hashtag

Las claves de la gestión de marca personal en RR. SS.: ¿cómo influye a la hora de buscar trabajo?

- Más de la mitad de las empresas (54%) continúan consultando las redes sociales de un determinado perfil antes de contratarlo, un dato que aumenta ligeramente en 2 puntos porcentuales en comparación con 2023

Madrid, 20 de agosto de 2024. En el marco de la celebración del Día Internacional del Hashtag (23 de agosto), [InfoJobs](#), la plataforma de empleo líder en España, busca concienciar sobre la importancia de las redes sociales como herramientas de construcción de marca personal y, por ende, su relevancia en los procesos de selección. En este sentido, la última encuesta realizada por la compañía sobre [Redes Sociales y Empleo](#) ya lo revelaba: más de la mitad de las empresas (54%) continúan consultando las redes sociales de un determinado perfil antes de contratarlo. Este dato ha aumentado este año ligeramente en 2 puntos porcentuales en comparación al obtenido en 2023, cuando se situó en el 52%. Sin embargo, pese a esta tendencia alcista, la cifra registrada es inferior a la de 2022 (58%), y es 6 puntos porcentuales mayor que la de 2021 (48%).

La importancia de trabajar en una buena marca personal

La marca personal es una tarjeta de presentación en un proceso de selección. No solo deja ver al reclutador en directo aquello que a un candidato le gusta hacer, también deja un rastro permanente de sus logros y experiencias. Este historial puede ser un arma de doble filo, ya que si está bien gestionado permite al usuario diferenciarse y posicionarse con respecto al resto de profesionales de su sector. Esto le hace ser un posible candidato y, por lo tanto, aumenta sus oportunidades laborales. Por el contrario, si realiza un mal uso de las redes sociales —y, por consiguiente, de su marca personal—, puede alejarse de sus objetivos a la hora de buscar trabajo. Por ello, es fundamental ser conscientes de esa huella digital.

La gestión de una buena marca personal no garantiza el mejor empleo ni la mejor compañía para trabajar, pero sí posiciona a los candidatos en las listas de oportunidades de los consultores de selección.

Consejos para tener una marca personal auténtica y diferenciadora

En la actualidad, las redes sociales forman parte del día a día de las personas. Son, en definitiva, una herramienta de uso generalizado en el ámbito personal. Sin embargo, más allá de la parte social a la que hacen referencia, también abarcan la vida profesional de los usuarios. Los datos del estudio de InfoJobs así lo avalan: las redes sociales se han convertido en un escaparate importante para quienes deciden buscar trabajo y en otra instancia también para quienes eligen a un determinado candidato, ya que las consultan. Por ello, aquí, entra en juego la promoción profesional y la construcción de marca personal. Esta última es, por lo tanto, el reflejo de la huella que se lleva dentro. A continuación, InfoJobs brinda algunos consejos para construirla:

1. **Ser auténtico:** El sentido de crear una imagen de marca sólida reside en la genuinidad y la autenticidad. Si las personas que serán impactadas por la marca personal ya han visto la misma información o el mismo concepto antes, no recordarán nada especial. En cambio, si lo que se les cuenta es nuevo o les aporta un valor, seguro que será

memorable. Así que la conclusión en este caso es clara: pensar en un discurso que nos defina y que tenga puntos originales o disruptivos. Si se quiere tener una marca personal que nos destaque entre los demás, no hay que contar nada que otros ya hayan contado.

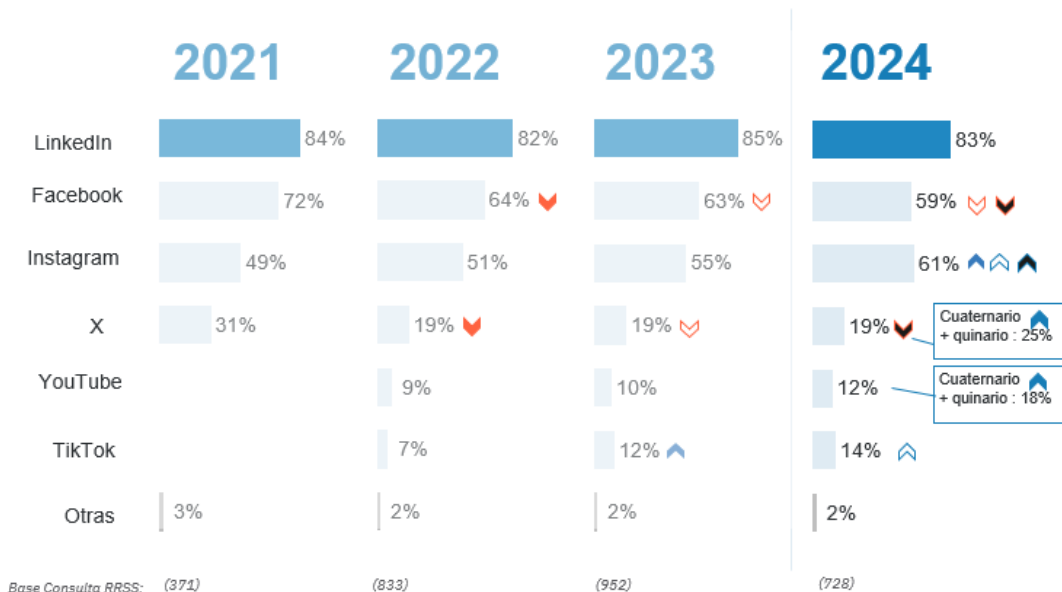
2. **Ser cuidadoso con el contenido:** El contenido que se genera, tanto en los canales digitales como en una conversación por teléfono o en algún evento, va formando la marca personal. Escribir con errores ortográficos, hablar de forma poco profesional o publicar información que no nos representa puede afectar a la imagen que se quiere enseñar al mundo. Por ello, es recomendable cuidar muy bien lo que publicamos en las redes sociales, porque nos puede hacer perder oportunidades laborales.
3. **Ser constante:** La constancia es la clave del éxito en muchos ámbitos vitales. Un esfuerzo ahora traerá grandes éxitos en el futuro.
4. **Ser consistente:** Ser consistente, en este caso, se refiere a que, cuando se haya definido de forma sólida la marca personal no puede ser incoherente en sí misma. Esto significa que todo lo que se produzca o se diga sobre nosotros y nuestra trayectoria tiene que hablar en un mismo tono y debe dar un mismo mensaje. Si se es incoherente, no habrá servido de nada el esfuerzo realizado.

¿Cuáles son las RR. SS. más consultadas?

Cada vez más, las redes sociales están ganando relevancia, como reflejan las cifras del estudio de InfoJobs antes mencionado: en 2024 en comparación con 2023, el dato de empresas que consultan las redes sociales ha crecido ligeramente 2 puntos porcentuales hasta el 54%. Entre las redes sociales más consultadas gana protagonismo Instagram, con el 61% (vs. 55% de 2023) y TikTok, que aumenta en 2 puntos porcentuales en comparación con 2023 y registra un 14%. LinkedIn y Facebook, por su lado, descienden. Se aprecia un ligero descenso de 2 puntos porcentuales de las visitas realizadas a perfiles de LinkedIn (83% vs. 85% de 2023). Aun así, esta sigue posicionándose como la red social profesional más consultada, a la que le sigue Facebook, con el 59% (vs. 63% en 2023).

F2. Has indicado que consultas las redes sociales de un candidato/a antes de contratarlo. ¿Cuál o cuáles consultas?

➤ RRSS consultadas de un candidato antes de contratarlo





**Nota metodológica del informe:*

Los datos de empresa se han extraído con una encuesta online administrada (CAWI) a través de un panel con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 15 minutos. La muestra ha sido a 1.340 responsables de Recursos Humanos o decisores de la contratación. El margen de error es de +/-2,7%.

Sobre InfoJobs

Plataforma líder en España para encontrar las mejores oportunidades profesionales y el mejor talento. En el último año, InfoJobs ha publicado 2,5 millones de posiciones vacantes. Cuenta cada mes con 40 millones de visitas (más del 80% proceden de dispositivos móviles) y 1,2 millones de usuarios únicos mensuales. Gracias a InfoJobs se firma un nuevo contrato de trabajo cada 23 segundos.

InfoJobs pertenece a Adevinata, compañía líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario ([Fotocasa](#) y [habitaclia](#)), empleo ([InfoJobs](#)), movilidad ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](#)).

Los negocios de Adevinata han evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. La sede de la compañía está en Barcelona y cuenta con una plantilla de 1.100 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.

Adevinta tiene presencia mundial en 10 países. El conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 3.000 millones de visitas cada mes. Más información en [adevinata.es](#)

Contacto:

InfoJobs: Mónica Pérez Callejo

prensa@infojobs.net

Evercom: Marc Vizcarro / Andrea Vallejo / Ana Eguren

infojobs@evercom.es

T. 93 415 37 05 - 676 86 98 56