

23 de agosto – Día Internacional del Hashtag

De usuarios a empresas: ¿cómo están redefiniendo las redes sociales el mercado laboral?

- *El 53% de las compañías consulta las RR. SS. de los candidatos antes de contratarlos, un porcentaje que apenas cambia respecto al año pasado*
- *El 61% de las que tienen menos de 10 empleados las consulta frente al 43% de las de 250 o más trabajadores*
- *Perfiles en auge: editores/a de vídeo o creadores/as de contenido para las redes son puestos que ganan protagonismo*
- *Al tiempo que crece el uso de estas plataformas entre las empresas para captar talento, la marca personal se convierte en un elemento clave que aporta valor al candidato*

Madrid, 20 de agosto de 2025. En el marco de la celebración del Día Internacional del Hashtag el próximo 23 de agosto, que sirve de homenaje a este recurso tan valioso para la comunicación digital, [InfoJobs](#), la plataforma de empleo líder en España, analiza la transformación que ha supuesto para el mercado laboral el avance de las redes sociales. Lo que comenzó como un canal de ocio se ha convertido en un ecosistema profesional que ha dado lugar a nuevos puestos de trabajo y formas diferentes de abordar los procesos de selección, algo impensable hace unos años. En definitiva, las RR. SS. han trascendido su función comunicativa para convertirse en un espacio de desarrollo profesional.

Para las empresas, las redes sociales son un canal fundamental para comunicar e interaccionar, como señala la reciente encuesta realizada por la compañía sobre [Redes sociales y empleo](#): un 85% tiene presencia activa en RR. SS, que en el caso de las de más de 250 empleados alcanza el 95%. También son una herramienta clave en Recursos Humanos y, en concreto, en los procesos de selección, para obtener información antes de contratar: según esa misma encuesta, **más de la mitad de las compañías (53%) consulta las redes del candidato o candidata**, un porcentaje que se

mantiene estable respecto a años anteriores. Las microempresas las consultan con mayor intensidad (61%), y esta va bajando a medida que aumenta el tamaño, siendo las grandes las que menos lo hacen (43%).

Además, las de 250 o más empleados realizan consultas a nivel profesional (sobre todo a través de LinkedIn), y las de menos de 10 trabajadores efectúan visitas de carácter más personal (hacen un uso más intensivo de Facebook o Instagram).

F1. ¿Consultas las redes sociales de un candidato/a antes de contratarlo?

➤ Consulta las RRSS de un candidato antes de contratarlo



Fuente: InfoJobs

Las redes sociales, el nuevo escaparate laboral

Por otra parte, el impacto y el auge de las redes también se observa en la evolución positiva de profesiones vinculadas a ellas. Puestos como [editor/a de vídeo para redes sociales](#), director/a creativo de contenidos virales, [community manager](#), [influencer](#) o [creador/a de contenido en TikTok](#) empiezan a ganar protagonismo en el mercado laboral y requieren de una combinación de creatividad, humor y conocimiento de las plataformas. En InfoJobs, en lo que llevamos de año, la categoría en la que se engloban, marketing y comunicación, ha crecido un 10% respecto al mismo periodo de 2024, y registra 16.008 vacantes entre enero y julio.

La importancia de trabajar la marca personal

La marca personal actúa como una tarjeta de presentación digital. Refleja los logros, habilidades y experiencias de un candidato, y puede marcar la diferencia en un proceso de selección. Por lo tanto, una buena gestión permite diferenciarse y aumentar las oportunidades laborales, mientras que un uso descuidado de las redes sociales puede

alejar a los profesionales de sus objetivos. A continuación, InfoJobs brinda unos consejos para una marca personal auténtica y efectiva:

1. **Autenticidad:** Es importante destacar lo que hace único al usuario y aportar valor. Evitar repetir lo que ya muchos comparten; la originalidad deja huella.
2. **Cuidar el contenido:** Publicaciones, comentarios o mensajes con errores o poco profesionales pueden afectar a la imagen. Cada interacción cuenta.
3. **Constancia y coherencia:** Mantener un mensaje uniforme en todas las plataformas y actualizar regularmente la presencia profesional refuerza la credibilidad y visibilidad ante reclutadores.

Las redes sociales han pasado de ser un simple medio de conexión entre personas a convertirse en útiles plataformas de generación de empleo. Por ello, gestionar bien la marca personal es hoy tan importante como la experiencia laboral para abrir nuevas oportunidades.

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.

Contacto

InfoJobs:
Mónica Pérez Callejo
prensa@infojobs.net:

Evercom:
Ariadna Daunis / Andrea Vallejo / Virginia Camino / Marc Vizcarro
infojobs@evercom.e
T. 93 415 37 05 - 676 86 98 56