

Internet es ya el medio más popular entre las empresas para reclutar candidatos: el 27% de ellas así lo elige

- Adecco Professional e Infoempleo han querido conocer cuáles son los mecanismos utilizados tanto por candidatos como por empresas en la difusión de sus ofertas en el mercado laboral, mediante una encuesta a 496 compañías y a 9.215 candidatos.
- La contracción en la oferta de empleo cualificado se ha visto reflejada en una reducción del número de mecanismos utilizados por las empresas españolas para difundir su oferta.
- Por primera vez, Internet es el medio más utilizado por las empresas encuestadas para publicar sus vacantes (27%), desbancando a la red de contactos personales (21%), la prensa y las empresas de selección (20% respectivamente), y la propia promoción interna (16,8%).
- La utilización de Internet como mecanismo de intermediación laboral se ha visto revolucionada en el último año por la irrupción de las redes sociales como canal para difundir ofertas de empleo (15,2%).
- La consulta de las web de empresas es el medio más utilizado por los candidatos, siendo reconocido su uso por el 74,8% de los encuestados, seguida de los contactos personales (70,9%) y el envío espontáneo de CV (65,1%).
- Cada candidato hace uso en promedio de 4,56 medios para difundir su currículum.
- El sector de las telecomunicaciones es donde Internet ha alcanzado mayor penetración como medio de difusión, superando el 95% de las empresas encuestadas. En segundo lugar se encuentra la industria (25,7%) y servicios (16,7%).
- A medida que se incrementa la categoría del puesto ofertado, se incrementa la preferencia por medios con un mayor grado de especificidad y, por lo tanto, mayor coste de intermediación laboral.

Madrid, 26 de Septiembre 2011.- Hoy en día son muchos los medios de intermediación laboral existentes en nuestro mercado de trabajo. Y si hay una característica que pueda definir exactamente este mercado de intermediación es la diversidad de mecanismos existentes. En este ámbito conviven desde intermediarios como los *headhunters*, pasando por los intermediarios laborales online y las recién llegadas redes sociales, hasta los contactos personales y los tradicionales anuncios en prensa sobre ofertas de trabajo.

Por todo ello, **Adecco Professional**, la consultora de selección del Grupo Adecco, e **Infoempleo** han querido conocer cuáles son los mecanismos utilizados tanto por candidatos como por empresas en la difusión de sus ofertas en el mercado laboral, teniendo en cuenta la coyuntura económica actual, en la que tanto la competencia por un puesto de trabajo como las vías para acceder a ellos se han multiplicado enormemente.

Para llevar a cabo el estudio, se ha entrevistado a 496 empresas con una notable dispersión sectorial y geográfica. En lo que a los demandantes de empleo se refiere, el método utilizado ha consistido en una encuesta online dirigida a 9.215 internautas.

Entre las principales conclusiones obtenidas del estudio, destaca **el ascenso de Internet al primer puesto en la escala de medios más utilizados por las empresas para dar a conocer sus vacantes** (más de un 27% de las compañías encuestadas elige esta opción) así como la ya citada diversidad de los mecanismos de intermediación laboral. En este mercado

existe una constante aparición de nuevas modalidades de intermediación soportadas por tecnologías emergentes como Internet, la telefonía móvil o la televisión interactiva. Sin embargo, no todos los mecanismos tienen el mismo ámbito de aplicación o nivel de utilización.

Internet, a la cabeza de la difusión de ofertas

Por primera vez, **Internet aparece como el medio más popular entre las empresas para difundir su oferta de empleo, ya que es utilizado por el 27,57%** de las compañías encuestadas. Esto supone un incremento de más de 6 puntos porcentuales (p.p.) con respecto al análisis anterior cuando Internet se situaba como la tercera opción elegida por las empresas, por detrás de la prensa y los contactos personales.

En segundo lugar, **la red de contactos personales es escogida por el entorno empresarial con un 21,12% de los votos**, posición que ya ocupó el año pasado con un porcentaje algo superior (22,1%). La prensa, que hasta ahora era el canal más utilizado, se ha visto desplazada hasta el tercer lugar, acaparando el 20,33% de la oferta. A los medios escritos le siguen en importancia las empresas de selección (20,31%), la promoción interna (16,8%) y el CV espontáneo (7,49%).

No obstante, **la reducción de la oferta de empleo cualificado se ha visto reflejada también en una reducción del número de mecanismos utilizados por las empresas españolas para difundir su oferta**. En líneas generales ha descendido el uso de todos los mecanismos de intermediación a excepción de Internet (+6 p.p.), las empresas de selección (+1,7 p.p.) y la candidatura espontánea (+0,38 p.p.).

El uso de Internet como medio de difusión de la oferta

La utilización de Internet como mecanismo de difusión e intermediación laboral **se ha visto revolucionado en el último año por la irrupción de las redes sociales** como canal para la difusión de la oferta de empleo, que completan el papel jugado por la publicación de ofertas a través de la web corporativa y el uso de los intermediarios online.

El sector donde compite la empresa es un factor determinante en el uso de Internet como medio de difusión de esa oferta. La mayor familiaridad con las nuevas tecnologías hace que sea **el sector de las infocomunicaciones donde Internet ha alcanzado mayor penetración como medio de difusión, superando el 95% de las empresas encuestadas. En un segundo lugar, y a gran distancia, se encuentra la industria (25,7%), seguido por servicios (16,7%)**, quienes mejoran sus porcentajes ligeramente con respecto al año pasado. En la posición más rezagada se sitúa, un año más, el sector de la construcción (6,2%).

Junto con el sector de actividad de la empresa, el tamaño de estas también se asocia al uso de Internet como medio difusor de sus ofertas. **El uso de Internet crece de forma directa al tamaño de la empresa, pasando de un 42,1% de las pequeñas empresas a un 100% en las de mayor tamaño**. En este sentido es destacable el incremento en el uso de este canal por la PYME (86%), 3 puntos porcentuales por encima del resultado obtenido en el ejercicio anterior.

También es destacable el uso que hace la empresa de Internet como medio de difusión de la oferta laboral en relación con los portales de empleo. En este sentido, los datos son concluyentes, si en 1.998 sólo el 0,02% de las empresas recurría a ellos para reclutar candidatos, en 2010 ese porcentaje alcanza ya el 90,7%.

Medios de contacto y categoría del puesto ofertado

La selección del medio en el que difundir una oferta de empleo viene determinada fundamentalmente por la categoría del puesto ofertado. En líneas generales, **a medida que se incrementa la categoría del puesto, se incrementa la preferencia por medios con un mayor grado de especificidad** en las fuentes de candidatos y un mayor poder de filtrado, características que suelen llevar asociado un mayor coste de intermediación.

Así, los contactos personales, las empresas de trabajo temporal (ETT) y el envío de currícula espontánea han sido los canales más utilizados en el último año para reclutar empleados. Mientras que, en el lado contrario, las empresas de selección, los headhunters y la promoción interna, lo han sido para la categoría de dirección.

La evolución respecto al año anterior muestra dos rasgos destacados. Por una parte, el notable incremento del uso de Internet para reclutar a **mandos y técnicos**, que en el último año se ha convertido en el principal canal para estas categorías, con el 32,4% y 43,6% de las ofertas respectivamente. Por otro lado, se aprecia una constante disminución del uso de los Servicios Públicos de Empleo (SPE) y las Asociaciones Profesionales en estas categorías.

Tras Internet, los mecanismos más utilizados por las empresas en la búsqueda de mandos han sido la promoción interna (27,9%), los medios escritos (26,25%) y las empresas de selección (25,46%). Para la selección de técnicos, además de la red, las herramientas más empleadas han sido los anuncios en prensa (30,86%), los contactos personales (21,1%) y la promoción interna (12,78%).

En la categoría de empleados la tónica dominante en las empresas es hacer uso de la difusión extensiva, basada en medios de amplio alcance y bajo coste. En este sentido, las herramientas más utilizadas son los **contactos personales (23,28%)**, seguidas de las empresas de trabajo temporal (22,05%) y de la currícula espontánea (16,63%).

La coyuntura negativa en la generación de empleo provoca dentro de esta categoría una sustancial reducción en el número de mecanismos utilizados buscando un menor coste de intermediación. Este descenso ha penalizado sobre todo a los medios escritos que sólo reúnen el 11% de la oferta para empleados, la categoría que menos recurre a ellos.

MEDIOS DE CONTACTO CON CANDIDATOS								
Medios de contacto(1)	2010				2010	2009	2008	2007
	Dirección	Mandos	Técnicos	Empleados	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Internet	17,68%	32,4%	43,6%	16,6%	27,57%	21,54%	20,44%	18,64%
Contactos personales	16,9%	23,17%	21,1%	23,28%	21,12%	22,06%	22,24%	24,21%
Prensa	12,79%	26,25%	30,86%	11,4%	20,33%	25,66%	30,37%	32,08%
Empresas Selección	44,99%	25,46%	8,5%	2,28%	20,31%	18,61%	19,43%	7,5%
Promoción Interna	23,3%	27,9%	12,78%	3,24%	16,8%	17,56%	16,81%	4,72%
CV Espontáneo	0,27%	6,12%	6,95%	16,63%	7,49%	7,11%	7,05%	14,63%
ETT	0,33%	0,9%	4,29%	22,05%	6,89%	7,84%	8,65%	11,83%
Asociaciones Profesionales	0,99%	2,71%	7,68%	2,76%	3,53%	3,55%	2,38%	9,85%
Centros de Formación	0,57%	1,41%	8,7%	2,83%	3,38%	4%	4,34%	3,29%
SPE	0,12%	0,57%	2,89%	6,57%	2,54%	2,58%	3,48%	3,61%
Otros	1,75%	2,56%	4,25%	4,68%	3,31%	3,42%	3,69%	2,43%

(1) % de empresas que hacen uso del medio

Difusión de currículum por los candidatos

El mercado laboral pone a disposición de los profesionales una amplia variedad de mecanismos para difundir su historial formativo y laboral entre las empresas. Adecco Professional e Infoempleo han analizado en detalle el patrón de uso de dichos mecanismos por parte de los candidatos a partir de los resultados obtenidos a través de una encuesta online que ha sido completada por 9.215 candidatos.

La diversidad de medios utilizados por los candidatos es el rasgo más destacado dentro de este patrón: **cada candidato hace uso en promedio de 4,56 medios para difundir su currículum**. Ante un escenario económico recesivo, los candidatos han optado por concentrar sus esfuerzos en la búsqueda de empleo, reduciendo el número de mecanismos utilizados.

Por segundo año consecutivo, **la consulta de las web de empresas es el medio más utilizado por los candidatos, siendo reconocido su uso por el 74,8% de los encuestados. El segundo medio son los contactos personales (70,9%)**, seguido por el envío directo de CV (65,1%) e Intermediarios Online (portales de empleo, que representan el 61%). Cabe destacar el auge de las redes sociales que aparecen por primera vez como canal de difusión de los CV con un 15,2% del total.

Al igual que ocurre con las empresas, la elección de un medio de difusión del currículum está estrechamente relacionado con la categoría profesional del candidato, aunque con una incidencia menor. En este sentido, **los directivos** hacen un uso menor de envío directo de CV (14,7%) y oferta en prensa (43,2%) mientras que **potencian las empresas de selección (91,7%) y los contactos personales (73,7%)**.

MEDIOS DE ACCESO A LA OFERTA DE EMPLEO								
Medios de contacto(1)	2010				2010	2009	2008	2007
	Dirección	Mandos	Técnicos	Empleados	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Web de empresas	25,40%	87,20%	94,70%	91,90%	74,80%	75,10%	75,30%	75,10%
Contactos personales	73,70%	95,40%	46%	68,70%	70,90%	70,90%	61,70%	67,10%
Envío de CV	14,70%	81,60%	74,80%	89,20%	65,10%	65,10%	71,70%	72,70%
Intermediación Laboral Online	28,30%	68,70%	94,60%	52,90%	61,10%	62,00%	69,00%	66,90%
Prensa	43,20%	81,30%	62,40%	55,40%	60,60%	60,50%	73,80%	79,50%
Empresas selección	91,70%	68,10%	15,50%	9,60%	46,20%	46,50%	47,50%	41,10%
ETT	0,00%	5,80%	28%	79,80%	28,40%	28,30%	24,60%	22,90%
SPE	0,00%	0,50%	15,70%	60%	19%	19,00%	15,00%	12,40%
Asociaciones Profesionales	9,40%	8,20%	48,20%	6,90%	18,20%	18,10%	14,30%	15,10%
Redes Sociales	6,80%	19,40%	24,90%	9,70%	15,20%	0,00%	0,00%	0,00%
Centros de Formación	2,60%	7,30%	21,70%	4,70%	9,10%	9,10%	13,00%	15,20%
Foros y Ferias de Empleo	0,00%	0,00%	7,40%	2,70%	2,50%	2,60%	7,50%	7,40%

(1) % de profesionales que hacen uso de los diferentes medios

Los **mandos** por su parte se decantan por difundir sus CV a través de la propia red de contactos, opción empleada por el 95,4% de ellos, las webs de las empresas (87,2%) y los medios escritos (81,3%).

El comportamiento de la categoría de **los técnicos** es especialmente ilustrativo. Dentro de estos perfiles el uso de la prensa (62,4%) o los contactos personales (46%) ve reducida su importancia a favor de otras herramientas más afines como **las webs corporativas, usadas por el 94,7% o las asociaciones profesionales (48,2%)**.

Por último, **los empleados son la categoría profesional que muestra un uso más reiterado del envío directo de CV (89,2%), las empresas de trabajo temporal (79,8%) y los Servicios Públicos de Empleo (60%)**, aunque suelen diversificar cada vez más sus canales de búsqueda, incluyendo también el acceso a la web de las empresas, los anuncios en prensa, los contactos personales y los portales de empleo.

Sobre Adecco Professional

Adecco Professional es la división del Grupo Adecco especializada en el desarrollo de consultoría de selección para mandos medios, intermedios y directivos. Cuenta con dieciséis oficinas ubicadas en las principales ciudades de España y especializadas en perfiles profesionales a través de sus cinco líneas de negocio: Adecco Engineering & Technical, Adecco Finance & Legal, Adecco Information Technology, Adecco Medical & Science y Adecco Sales & Marketing.

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Luis Perdiguero / Patricia Herencias
Dpto. de Comunicación Adecco
Tlf: 91 432 56 30
luis.perdiguero@adecco.com
patricia.herencias@adecco.com

Silvia Enrique /Laura García
Trescom Comunicación
Tlf: 670 61 92 50
silvia.enrique@trescom.es
laura.garcia@trescom.es