

El mercado laboral oculto

Más de la mitad de las personas recolocadas encuentra empleo gracias a su red de contactos

- A la hora de enfrentarse al llamado mercado laboral oculto, que se compone de aquellas vacantes que las empresas no publican -se estima que alcanza a 3 de cada 4 posiciones-, la red de contactos es uno de los activos más valiosos de los candidatos y puede ser la clave para encontrar un empleo (52% de los recolocados lo hace a través de esta vía, muy por encima de otras opciones como Internet, 20%).
- La red de contactos es cada vez una herramienta de mayor poder para la búsqueda de empleo pues permite a las organizaciones un ahorro en sus procesos de selección y evita la publicación de detalles acerca de su estrategia empresarial.
- El llamado *networking* representa una relación de ventaja recíproca donde ambos contactos se aportan valor mutuamente. Las redes de contactos no proporcionan un empleo, sino la información que ayudará a conseguirlo.
- El comportamiento de estas redes de contactos varía en función de cada autonomía: los canarios son los que mejor lo usan (80% recolocados en las islas lo hace a través de contactos), seguidos de vascos y baleares (68% cada uno) y asturianos (67%). En el lado contrario, los valencianos (33%) y navarros (sólo 2 de cada 10) son los que menos partido le sacan.

Madrid, 4 de julio de 2019.- Este martes, el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, ha hecho públicos los datos de desempleo de este mes de junio, que ha descendido en 63.805 personas. El número total de personas desempleadas se ha situado en 3.015.686 personas, la cifra más baja desde noviembre de 2008. Así, con estos datos sobre la mesa vemos que 2019 está siendo un año clave para la recuperación laboral en España, y esto lleva a la pregunta: ¿Qué factores son determinantes a la hora de encontrar empleo? ¿Cómo se accede a todas las ofertas y vacantes disponibles?

Para tratar de responder a esta cuestión, hay que tener en cuenta que en el mercado laboral existen dos grandes dimensiones. Por un lado, la visible o mercado abierto, constituido por las ofertas públicas o de fácil acceso para el candidato. Y, por otro lado, encontramos la cara no visible o mercado oculto, que hace referencia a esa cantidad de ofertas de empleo que no son visibles para la mayoría.

Se trata de **vacantes que no son publicadas** porque las empresas prefieren no hacer explícitas, cubriéndolas a través de promociones internas, acudiendo a sus propias fuentes de reclutamiento, bases de datos, intermediarios o referencias de personas de confianza o búsqueda directa. Este mercado oculto supone en nuestro país en torno **al 75% de las vacantes**, o incluso más, y depende en gran medida del perfil, sector o ámbito geográfico en el que se busque cubrir esa posición.

En este contexto, [Lee Hecht Harrison](#), división del Grupo Adecco y líder global en el acompañamiento a las organizaciones en sus procesos de transformación (*'Workforce Transformation'*), ha analizado ese mercado laboral oculto para ver su modelo de funcionamiento. Entre las principales conclusiones de este análisis destaca que una de las herramientas más efectivas para conseguir un empleo es, sin duda, la red de contactos, el conocido como *networking*, que contribuye en gran medida a cubrir muchas de las denominadas vacantes ocultas.

De hecho, el [XIII Informe de Recolocación publicado por Lee Hecht Harrison](#) ya revelaba los medios de acceso al mercado laboral por parte de los candidatos recolocados, apuntando a esta tendencia. Así, **más de la mitad de estos profesionales consigue un puesto de trabajo gracias a la red de contactos, concretamente el 52%.**

Estos datos confirman una realidad de sobra conocida: los contactos son uno de los activos más valiosos en el mercado laboral y pueden ser clave para encontrar un empleo. Las compañías valoran tener referencias positivas de los candidatos y prefieren contratar a personas que vengan recomendadas por alguien de confianza que ya está dentro de su entorno, como trabajadores, familiares, amigos, clientes, proveedores, etc. De esta manera, a través de la red de contactos, las empresas se ahorran costes en los procesos de selección, y, al mismo tiempo, evitan publicar detalles de su estrategia empresarial, que puedan llegar a oídos de la competencia.

5 de cada 10 candidatos, recolocados por los contactos

Gracias el *networking* más de la mitad de los candidatos recolocados (52%) se reincorpora al mercado laboral y consigue un puesto de trabajo, según muestra el *XIII Informe Lee Hecht Harrison sobre Outplacement*.

Además, **Internet** (las plataformas de empleo, los sitios web corporativos...) es el método por el que **2 de cada 10 candidatos logran un empleo**. En menor medida, están las candidaturas que se tramitan a través de un intermediario (7%) y el 1% que consigue un empleo gracias al *redeployment*, cuando un candidato se recoloca en otra posición en su misma compañía.

Canarias, líder en recolocación a través de contactos

Los porcentajes de personas recolocadas a través de la red de contactos varían considerablemente en función de la comunidad autónoma. **Canarias** es la que más recurre a esta práctica: **8 de cada 10 personas recolocadas en el archipiélago lo han conseguido a través de sus contactos.**

Le siguen, a relativa distancia, **Baleares y País Vasco**, donde el 68% de los trabajadores de cada una, ha sido recolocado mediante esta fórmula. Muy de cerca encontramos a **Asturias**, con el 67%. Por su parte, 6 de cada 10 **aragoneses** han utilizado el *networking* para volver al mercado laboral así como 6 de cada 10 recolocados en **Galicia**.

Personas recolocadas gracias a la red de contactos por autonomías	
Canarias	80%
País Vasco	68%
Baleares	68%
Asturias	67%
Galicia	61%
Aragón	60%
Comunidad de Madrid	51%
Región de Murcia	50%
Castilla-La Mancha	42%
Andalucía	41%
Castilla y León	41%
Cataluña	40%
La Rioja	40%
Cantabria	39%
Extremadura	38%
Comunidad Valenciana	33%
Navarra	21%

Por debajo de la media nacional, que es del 52%, se encuentran la **Comunidad de Madrid y la Región de Murcia**, con un 51% y 50%, respectivamente. Por detrás de ellas, aparecen **Castilla-La Mancha** (42%) y **Andalucía y Castilla y León**, con un 41% en cada una de estas comunidades.

Los candidatos de **Cataluña y La Rioja** se han beneficiado del *networking* 4 de cada 10 veces, en ambos casos. En menor medida, **Cantabria**, con un 39%; **Extremadura**, con un 38%; y la **Comunidad Valenciana**, con un 33% siguen a continuación. **Navarra es la comunidad autónoma donde menos se recurre a la red de contactos para la recolocación, pues solo 2 de cada 10 recolocados se valen de ella para volver a trabajar.**

¿Qué es el *networking*?

El *networking* es la gestión o utilización del *network* o red de contactos con el objetivo de compartir recursos u obtener información. Es un proceso natural que puede surgir en cualquier circunstancia: tomando un café, en una reunión con un proveedor, en el gimnasio... En definitiva, se trata del contacto entre personas que pueden ayudarse para satisfacer mutuamente sus necesidades. Es, por tanto, una relación de *win to win*.

A pesar de que en España la consideración del *networking* se sigue ligando todavía al concepto de 'enchufismo', no es más que una visión reduccionista, demostrándose cada vez más que **la red de contactos es una de las mejores aliadas a la hora de buscar nuevas oportunidades profesionales**. El *networking* es una relación bidireccional donde ambas partes aportan valor. Al contrario de lo que puede pensarse, se trata de la **búsqueda de información valiosa y relevante, no de pedir trabajo directo o vacantes, es decir, los contactos no proporcionan un empleo, sino la información que ayudará a conseguirlo**. Además, es importante tener en cuenta que una empresa no contrata a alguien si no existe una necesidad real y si el candidato en cuestión no aporta el perfil y valor requerido.

En palabras de **Natalia March, directora de Operaciones de Lee Hecht Harrison**: *"activar la red de contactos acelerará la incorporación a un nuevo proyecto profesional, ya que permite acceder a información sobre el mercado, tendencias y oportunidades. Estos contactos están al alcance de todos, funcionan y ayudan a cualquier candidato. Pero es muy importante manejarlos con destreza y gestionarlos adecuadamente para diferenciarse de otros candidatos en un proceso de selección"*.

¿Cómo hacer *networking*?

Lo primero es **planificar una estrategia y tener claro lo que se quiere conseguir**. Para empezar a construir la red de contactos, hay que plantearse un objetivo. A continuación, es muy importante definir el tipo de personas que pueden ayudar a conseguir el objetivo, es decir, **a quién incluir en la red de contactos para alcanzar el [propósito](#)**.

¿Qué cantidad de contactos puede tener un profesional a su alcance? Si tiene cierta experiencia, puede llegar a tener entre 1.500 y 3.000 contactos. Es necesario rastrear entre amigos, familiares, antiguos clientes, ex compañeros de trabajo, etc. Una vez identificados, **hay que cuidar la red que se elabora, comunicando avances y aportándoles información que les pueda resultar interesante**.

Para trabajar efectivamente el *networking* se debe tener un mensaje claro y conciso que transmita cuál es el objetivo final, el valor añadido y en qué te puede ayudar la otra persona.

Una red de contactos eficaz no se puede construir en un día. En este sentido, es importante **aprovechar los momentos de éxito laboral y las oportunidades que brinda el hecho de estar empleados**. En ese contexto es cuando hay que empezar a alimentar el *networking* día a día y

convertir en un hábito la incorporación de nuevos contactos dentro de nuestro ecosistema de trabajo.

Identificar y generar oportunidades es esencial para crear contactos: **la capacidad de ver y ser vistos en congresos, ferias, eventos, colegios profesionales, comunidades virtuales...** todos son lugares propicios para conseguir aliados. La meta final será la creación de nuevos contactos que ayuden a encontrar en un futuro un nuevo puesto de trabajo e incluso llegar a la oferta antes de que salga al mercado.

Consejos para mantener una red de contactos

Para que la red de contactos sea efectiva y sostenible, es necesario saber utilizarla correctamente. Lo principal es **interaccionar con las personas de la red periódicamente y hacer que no se enfríe el contacto**. Puede ser a través del correo electrónico, redes sociales o cara a cara. Para este fin, hay que calibrar y encontrar el equilibrio para mantener estas relaciones, de tal forma que la red de contactos tenga en mente a un posible candidato cuando surjan oportunidades.

Se deben **buscar espacios propicios para el beneficio mutuo: comunicar metas y éxitos**, pero también pensar en el interés del interlocutor. Esta dimensión bidireccional de la gestión del *networking* implica que la red de contactos necesita ser cuidada y alimentada, manteniéndola al tanto de progresos y aportándole también información de utilidad.

La falta de seriedad, de compromiso y la ansiedad son enemigos del *networking*. Si los contactos se están implicando con un profesional, necesitan tener la tranquilidad de saber que no los dejarán en mal lugar y que se actuará con respeto y compromiso, incluso cuando la propuesta no esté 100% alineada a los intereses. Por tanto, no se deberá recomendar nunca a una persona de la que no se tenga plena constancia de su valía profesional.

Asimismo, **no es aconsejable presionar y exigir demasiada responsabilidad a nuestra red de contactos**, puesto que, aunque la intención sea ayudar, si el objetivo no está a su alcance, se sentirán frustrados por no poder darlo y se corre el riesgo de que acaben evitando la relación.

Desde **Lee Hecht Harrison** se proponen **siete claves** para el éxito en la construcción de una sólida red de contactos:

- Generar una base de datos propia, basada en los intereses y objetivos de cada uno.
- Tener a mano información concreta y clara sobre los contactos que se mantienen. Tan importante es tu objetivo como lograr aportar valor en los objetivos de tus contactos.
- Se trata de un canal excepcional para transmitir la marca personal.
- La proactividad es un punto clave en el proceso.
- Utilización de redes sociales adaptadas a tu objetivo.
- La comunicación, si se produce, habrá de ser veraz, transmitiendo así seguridad.
- Escuchar más, hablar menos. Preguntar, cuidar de los detalles, mostrar interés y respeto.

Sobre Lee Hecht Harrison

Somos expertos gestionando de forma efectiva los procesos de **“Workforce Transformation”**, ayudando a las organizaciones y a sus equipos a transformarse, anticiparse, liderar y adaptarse a los cambios. Conseguimos mejorar la gestión de carreras profesionales, tanto dentro como fuera de las organizaciones, para lograr mejores resultados y una mejor alternativa profesional.

Somos una multinacional líder en identificación y desarrollo de talento. Contamos con una amplia experiencia, así como con los recursos y la metodología innovadora que nos permite potenciar el talento y la iniciativa de las personas y los equipos.



Con presencia en más de 64 países, ofrecemos programas adaptados a cada cliente y alineados con las necesidades de talento de las organizaciones.

Luis Perdiguero / Patricia Herencias / Irene González

Dpto. de Comunicación Grupo Adecco

Tlf: 91 432 56 30

luis.perdiguero@adeccogroup.com

patricia.herencias@adeccogroup.com

irene.GAmo@adeccogroup.com

Miriam Sarralde / Ana Maillo

Trescom Comunicación

Tlf: 91.411.58.68

miriam.sarralde@trescom.es

ana.maillo@trescom.es

Raquel de Sande

Marketing & Communications Manager

Lee Hecht Harrison España

Tlf: 626.386.471

Raquel.desande@lhh.com