

Sólo un 20% de las ofertas del mercado laboral son visibles

- El mercado oculto de las ofertas de trabajo está compuesto por las vacantes que las empresas prefieren no hacer explícitas, para las que recurren a sus propias vías de reclutamiento, intermediarios o referencias de personas de confianza.
- En los últimos meses, este mercado oculto ha pasado de representar en torno a un 60% al 80% actual.
- Si bien es cierto que todos los sectores de actividad, en mayor o menor medida, recurren al mercado oculto para cubrir sus vacantes, aquellos que más ofertas mueven en el mismo son los de banca, gran consumo y farmacia.
- Las mejores armas para acceder al mercado oculto son el networking y la candidatura espontánea.
- El éxito radica en su correcta utilización: la red de contactos no consiste en el enchufismo, ni la candidatura espontánea en una carta que venda una carrera profesional junto a un currículum.

Madrid, 27 de abril de 2009.- A la hora de buscar un trabajo, los anuncios y ofertas de reclutamiento parecen el camino más corto y rápido para acceder a una nueva alternativa profesional. Sin embargo, según la consultora del Grupo Adecco, Creade-LHH, la realidad es bien distinta, ya que **tan sólo un 20% de las ofertas de trabajo son “visibles”**, o lo que es lo mismo, el 80% de las vacantes disponibles para los demandantes de empleo se encuentran en el mercado oculto.

Este mercado oculto de las ofertas de trabajo estaría compuesto por todas las vacantes que las empresas, por diversos motivos, prefieren no hacer explícitas, para lo que recurren a sus propias vías de reclutamiento, intermediarios (principalmente cazatalentos o headhunters) o referencias de personas de confianza.

Los motivos que hacen que estas ofertas no sean conocidas por el grueso de demandantes de empleo son variadas y tienen que ver, en su mayoría, con la estrategia empresarial de las compañías. Así, muchas de ellas optan por no hacer pública la oferta de empleo por motivos de confidencialidad, evitando así desvelar a la competencia hacia dónde quieren encaminar su estrategia en función del puesto requerido. Recurrir al mercado oculto para encontrarlos puede evitar que la competencia conozca los planes de su más directo competidor.

También como parte de la estrategia empresarial, en muchas ocasiones las compañías son reticentes a publicar ofertas masivas de empleo por miedo a que sus competidores piensen que algo no funciona bien en la empresa y se ha producido un abandono de empleados.

Otras, en función del tipo de información que manejan y la importancia de la misma, prefieren recurrir a gente referenciada, avalada por personas de total solvencia, antes que recurrir a desconocidos que, si bien pueden tener un currículum impecable y una amplia experiencia, se desconoce sus actuaciones frente a algunas situaciones límite. Igualmente, los trabajadores con referencias sobre su desempeño en un mismo puesto al ofertado, pueden optar más rápido a dicho empleo ya que en muchos casos supone un ahorro en formación y, sobre todo, en tiempo para las empresas, ya que su adaptación y rendimiento pueden ser más rápidos que alguien que empiece desde cero.

Por último, en algunos casos y sobre todo en puestos directivos, muchas empresas deciden recurrir a la **búsqueda directa de profesionales**, o lo que es lo mismo, identificar en el sector en el que se actúe a la persona clave que desempeñe el puesto que se pretende cubrir y

dirigirse directamente a ella, generalmente mediante cazatalentos, y hacerle una propuesta lo suficientemente atractiva como para optar por el cambio.

La crisis provoca el aumento de las ofertas no visibles

En los últimos meses, el mercado oculto de las ofertas de trabajo ha experimentado un considerable incremento como consecuencia de la actual situación del mercado laboral. Concretamente, según Nekane Rodríguez, Directora General de Create-LHH “ha pasado de representar en torno a un 60% de hace unos meses al 80% actual”, determinado, principalmente, por dos motivos: por un lado, las empresas se han visto obligadas a reducir costes, por lo que tratan de evitar la externalización del proceso de selección de candidatos, recurriendo a sus propios medios y vías de reclutamiento.

Por otro lado, desde el punto de vista de la estrategia empresarial, algunas compañías no son partidarias de hacer explícita la contratación de nuevos trabajadores en una coyuntura como la actual, en la que los despidos son la nota predominante, y la contratación de nuevo personal podría no estar bien vista por el resto de trabajadores o por la propia competencia.

Sectores

Si bien es cierto que todos los sectores de actividad, en mayor o menor medida, recurren al mercado oculto para cubrir sus vacantes, aquellos que más ofertas mueven en el mismo son los de **banca, gran consumo y farmacia**.

En el caso de la banca, se trata de uno de los sectores donde las ofertas del mercado oculto son más abundantes. El motivo viene dado porque generalmente las entidades bancarias y cajas de ahorro suelen buscar gente de confianza y referenciada, por el tipo de información que se maneja de empresas y particulares.

Por su parte, el sector farmacéutico es uno de los que más recurre al mercado oculto debido a lo concreto de los perfiles, generalmente muy especializados, así como por tratarse de un sector donde la confidencialidad sobre nuevos productos es muy alta, por lo que los candidatos referenciados o las contrataciones a través de intermediarios son los predominantes.

La alta competencia existente en el sector gran consumo, así como el gran número de empresas que operan en el mismo, hace que la contratación de trabajadores se realice mediante referencias o mediante intermediarios. Sin embargo, al mismo tiempo, a veces no es suficiente con el mercado oculto para encontrar trabajadores, debido al importante volumen de ofertas que maneja el sector, por lo que también es habitual encontrar muchas de ellas en el mercado abierto de ofertas de empleo.

Las armas para acceder al mercado oculto

Entonces, si sólo el 20% de las ofertas del mercado laboral en estos momentos son visibles, ¿cómo acceder al resto de puestos de trabajo que se encuentran vacantes?

Según Nekane Rodríguez, Directora General de Create LHH, el mercado oculto que mejor funciona es el de la red de contactos: “por un lado, si optas al puesto referenciado existen más garantías, ya que la persona encargada de la selección hará más esfuerzos por contratarte. Pero también la candidatura espontánea dirigida directamente al responsable del área a la que se presenta la candidatura, es otra buena opción porque al no externalizarse estos procesos, los currículum se guardan, especialmente en posiciones de soporte”.

Pero para tener éxito a través de este tipo de búsqueda de empleo, hay que saber emplear correctamente sus armas. La clave de ello es tener claras las empresas diana a las que se presentará la candidatura y el mensaje de lo que se podría aportar a la compañía, de una forma clara y vendible.

Las redes de contacto: el mejor aliado

Las redes de contacto (networking) son las mejores aliadas a la hora de buscar trabajo en tiempos de incertidumbre. En España, aún se cree que el networking es el enchufismo, pero nada tiene que ver. En Estados Unidos, el 34% de los trabajadores contratados fueron seleccionados gracias a un contacto, según un estudio de una consultora Career-X Road.

De modo que está demostrado que los amigos, familiares y conocidos pueden ser la mejor agencia de colocación, teniendo este dato en cuenta y siendo conscientes de que el 80% de las vacantes, permanecen ocultas hasta que se encuentra al profesional a través de un contacto. El networking bien hecho es mucho más que un enchufe, se trata de cómo generar una red de aliados que te puedan ayudar a conseguir tus objetivos en una relación de *win to win*.

Además, para que las redes de contacto sean un verdadero aliado, es necesario saber utilizarlas correctamente y no caer en errores como repartir la tarjeta de visita a cualquier persona, en cualquier lugar, y desde el otro lado, nunca referenciar a alguien del que no se tenga la confianza de su eficacia profesional.

Creo, como experto en recolocar a personas en paro a través de todas las herramientas posibles, como el networking, lanza los siguientes consejos para hacer un buen uso de él:

1. Lo primero y más importante es entender qué es el networking, planteado el establecimiento de una relación de ventaja recíproca y empezar pensando en qué se puede aportar mutuamente.
2. Pensar ante todo en el interés del otro y no cegarse en los objetivos propios.
3. Nunca pidas trabajo.
4. En el networking no encontrarás un trabajo, pero sí información que te ayudará a conseguirlo.
5. Tener claro cuál es tu objetivo: define hacia adónde quieres ir.
6. Para trabajar efectivamente el networking debes tener un mensaje claro y conciso en el que transmitas cuál es tu objetivo final, cuál tu valor añadido y en qué te puede ayudar la otra persona.
7. Prepara un mapa de contactos: rastrear entre amigos de la infancia, de la universidad, familiares, trabajos anteriores, vecinos, conocidos,... Los expertos dicen que cada adulto tiene entre 1.500 y 3.000 contactos.
8. Cuida y mimas la red que vayas elaborando, comunicándoles todos tus avances y apórtales información que les pueda ser interesante.
9. Crea las oportunidades de ver y que te vean: realice una lista de lugares propicios para hacer networking, como congresos, ferias y colegios profesionales, asociaciones de antiguos alumnos, clubs deportivos, etc.
10. Las comunidades virtuales son también un lugar perfecto en el que hacer networking si se utilizan correctamente: elige cuál quieres pertenecer, selecciona con criterio y cuida a tus contactos y publica únicamente lo que quieras que se conozca e mejore tu imagen. Hay que ser muy prudente con la información personal que se cuelgue en este tipo de redes.
11. La meta es ir creando nuevos contactos que te vayan acercando al puesto de trabajo a través de su identificación, maduración de tu discurso y generación de nuevos contactos.
12. El networking bien gestionado te permitirá llegar a la oferta antes de que salga al mercado, sólo hay que saber crear las oportunidades y saber aprovecharlas.

La candidatura espontánea: venta directa de tu valor añadido

La candidatura espontánea es una carta que se envía al que sería el jefe directo, con nombre y apellido. **En esta carta, que no va acompañada del curriculum, no se vende la trayectoria profesional, sino el valor añadido que se puede aportar a la empresa.** Para poder proponer este planteamiento correctamente, se debe estudiar en profundidad la organización, sus productos y servicios, con el fin de encontrar “el gancho” para poder vender tu perfil profesional.

Una vez enviada la carta, a los 15 días se debe realizar el seguimiento de la misma para generar una entrevista personal. El objetivo de la candidatura espontánea es despertar el interés del interlocutor para generar la entrevista y, posteriormente, poder incorporarte en la misma.

Para realizar una buena candidatura espontánea, se presentan a continuación los siguientes consejos:

1. Analizar si la empresa te interesa: qué afinidad tiene con tu anterior empresa, cómo te han hablado de ella, si puedes encajar en su cultura, etc.
2. Investigar en profundidad la compañía: conocer a qué se dedica, cómo está posicionada en su sector, fortalezas y debilidades, servicios y productos, etc. Es imprescindible encontrar "algo" que permita ligar la venta de tu perfil, destacando todo tu valor añadido.
3. Impactarles positivamente: si pueden tener algún posible problema o necesidad y tú ya has trabajado ese tema, puedes proponer sugerencias y tu experiencia para desarrollarlas, pero de una forma prudente para que no se sientan ofendidos.
4. Proponer tu candidatura para un puesto concreto: si tienes constancia de que están abriendo una nueva línea de producto y encajas en ella, propón directamente tu candidatura a ella.

Sobre Creade Lee Hetch Harrison

Creade Lee Hetch Harrison, consultora del Grupo Adecco, trabaja para facilitar la gestión de los procesos de cambio en los que se ven inmersos los profesionales y las organizaciones. Líder en el sector de coaching y outplacement en España, cuenta con divisiones especializadas en recolocación, reindustrialización, reestructuración, programas institucionales de empleo y consultoría estratégica en el área de Capital Humano.

Para cualquier aclaración, no dudéis poneros en contacto con nosotros.

Luis Perdiguero/Marina Gómez
Dpto. de Comunicación Adecco
Tlf: 91 432 56 30
Luis.perdiguero@adecco.com
marina.gomez@adecco.com

Laura García/Silvia Enrique
R Comunicación
Tlf: 91 411 58 68
laura.garcia@grupor.es
silvia.enrique@grupor.es