

La crisis reduce las ofertas de trabajo en prensa y aumenta la promoción interna y los contactos personales

- 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, mediante una encuesta a 480 compañías y a 6.847 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.
- Prensa (26%), contactos personales (22,1%) e Internet (21,5%) son los medios de difusión más empleados para dar a conocer las vacantes por parte de las empresas.
- La consulta de las web de empresas es el medio más utilizado por los candidatos, siendo reconocido su uso por más del 75% de los encuestados, seguida de los contactos personales (70,9%) y el envío espontáneo de CV (65,1%).
- El sector de las telecomunicaciones es donde Internet ha alcanzado mayor penetración como medio de difusión, superando el 87% de las empresas encuestadas. En segundo lugar se encuentra la industria (24,(%) y servicios (16,3%).
- 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, 20 de Septiembre 2010. El último trimestre del año suele ser el periodo en el que el mercado laboral tiende a reactivarse tras el periodo veraniego y donde las empresas intentan reestructurar sus plantillas para alcanzar los objetivos previstos para fin de año y organizar sus recursos humanos de cara al próximo ejercicio.

Por ello, **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 la competencia por un puesto de trabajo se ha multiplicado enormemente.

Para llevar a cabo el estudio, se ha entrevistado a 480 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 6.847 internautas.

Entre las principales conclusiones obtenidas del estudio, destaca la diversidad de los mecanismos de intermediación laboral con una constante aparición de nuevas modalidades 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.

Difusión de la oferta de empleo

La **prensa continúa siendo el medio más popular entre las empresas para difundir su oferta de empleo, ya que es utilizado por un 25,7% de las compañías encuestadas.** A los medios escritos le siguen en importancia los contactos personales (22,1%), Internet en sus distintas modalidades (21,5%) y las empresas de selección (18,6%).

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 de empleo cualificado.** En líneas generales se aprecia una reducción de los medios externos (prensa, empresas de selección, etc) a favor de los medios internos (promoción interna o Internet basada en la web propia).

Puede apreciarse una notable reducción en el uso por parte de las empresas de recurrir a la candidatura espontánea, - cuyo nivel de utilización ha caído 6,4 puntos porcentuales (p.p.), de la prensa, - descenso de 6,4 p.p.- y las asociaciones profesionales, -caída de 6,2 p.p.-. Por el contrario, **han aumentado las empresas que recurren a la promoción interna (incremento de 12,9 p.p.), a las empresas de selección (aumento de 11,1 p.p.) y a la publicación de sus ofertas en portales de Internet (+2,9%).**

MEDIOS DE CONTACTO CON CANDIDATOS								
Medios de contacto(1)	2008-2009				2008-09	2007-08	2006-07	2005-06
	Dirección	Mandos	Técnicos	Empleados	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Prensa	15,5%	32,9%	39,8%	14,4%	25,7%	32,1%	25,2%	23,7%
Contactos personales	17,9%	24,4%	21,5%	24,4%	22,1%	24,2%	21,5%	19,6%
Internet	12,1%	26,6%	37,5%	10,0%	21,5%	18,6%	19,8%	19,5%
Empresas selección	41,2%	22,9%	8,1%	2,2%	18,6%	7,5%	14,6%	13,8%
Promoción interna	24,4%	29,0%	13,4%	3,5%	17,6%	4,7%	14,8%	11,5%
ETT	0,3%	1,0%	4,6%	25,4%	7,8%	11,8%	9,8%	9,6%
CV Espontáneo	0,2%	5,7%	5,8%	16,7%	7,1%	14,6%	8,1%	7,2%
Centros formación	0,6%	1,5%	10,8%	3,1%	4,0%	3,3%	5,1%	3,6%
Asociaciones profesionales	0,9%	2,9%	7,8%	2,6%	3,6%	9,8%	3,0%	2,8%
SPE	0,1%	0,5%	2,9%	6,9%	2,6%	3,6%	3,7%	3,6%
Otros	1,8%	2,7%	4,2%	5,0%	3,4%	2,4%	4,3%	4,0%

(1) % de empresas que hacen uso del medio

Medios de contacto y categoría del puesto ofertado

La selección del medio en el que difundir una oferta de empleo está 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.

Herramientas como el envío de currícula espontánea, empresas de trabajo temporal (ETT) o los Servicios Públicos de Empleo (SPE) son mecanismos ampliamente utilizados en la categoría de empleados. Por el contrario, las empresas de selección y los headhunters son utilizados ampliamente en la categoría de dirección, mientras que su presencia en la categoría de empleados es residual.

Más del 41% de las empresas encuestadas hacen uso de headhunters para la difusión de puestos de dirección. Tras ello, y de manera creciente, se recurre a la promoción interna (24,4%), los contactos personales (17,9%) y la prensa (15,5%).

La evolución respecto al año anterior muestra dos rasgos destacados. Por una parte, la reducción en el conjunto de medios utilizados que ha beneficiado a los contactos personales y la promoción interna. Por otro lado, se reduce significativamente el uso de la prensa e Internet.

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 empresas de trabajo temporal son ya utilizadas por algo más de una cuarta parte de las empresas encuestadas (25,4%)**, seguidas de los contactos personales (24,4%) y de la curricula espontánea (16,7%).

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. Por el contrario, el recurso a los contactos personales y a los Servicios Públicos de Empleo (SPE) se ha incrementado sustancialmente.

Internet como medio de difusión de la oferta

El uso de Internet como herramienta de difusión de la oferta de empleo puede desarrollarse a través de dos tipos de actividades:

- la publicación de ofertas a través del website corporativo.
- la utilización 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. **El sector de las telecomunicaciones es donde Internet ha alcanzado mayor penetración como medio de difusión, superando el 89% de las empresas encuestadas. En un segundo lugar, y a gran distancia, se encuentra la industria (24,8%), seguido por servicios (16,3%).** En la posición más rezagada se sitúa el sector de la construcción (6%).

Además del 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 38,6% de las pequeñas empresas a un 100% en las de mayor tamaño.** En este ámbito ha sido destacable el incremento en el uso de este canal por la PYME (83%) tras la reducción mostrada en el periodo anterior de estudio.

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.

La metodología utilizada se apoya en una encuesta online que ha sido completada por 5.792 candidatos.

Los candidatos barajan una mayor diversidad de medios utilizados a la hora de dar a conocer su currículum. **Cada candidato hace uso en promedio de 4,57 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 primera vez, **la consulta de las web de empresas es el medio más utilizado por los candidatos, siendo reconocido su uso por algo más del 75% 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 62%). Cabe destacar el desplome en la consulta de la prensa escrita cuyo grado de uso apenas supera el 60%, cuando un año antes representaba el 73,8%.

La **intermediación online es utilizada por un 62% de los candidatos**, lo que supone una reducción respecto a la pasada edición de este informe de 7 p.p. Este hecho puede ser causado por un desplazamiento hacia la consulta directa en la página web de las empresas más atractivas para los candidatos. En el lado opuesto, los contactos personales experimentan el mayor incremento, concretamente de 9,2 p.p.

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 (14,6%) y oferta en prensa (43,5%) mientras que potencian las empresas de selección (92,4%)**.

Dentro del **perfil técnico** el uso de la prensa (62,3%) o el envío directo de CV (74,5%) ve reducida su importancia a favor de otros mecanismos más afines a estos perfiles como la **web de las empresas (95,9%) o portales de empleo (95%)**.

Por último, **los empleados son la categoría profesional que muestra un uso más diversificado que va desde la web de las empresas (91,2%) hasta las ETT (78,5%), pasando por el envío directo de currículum vital (88,6%)** como sus medios de difusión destacados.

MEDIOS DE ACCESO A LA OFERTA DE EMPLEO								
Medios de contacto(1)	2008-2009				2008-09	2007-08	2006-07	2005-06
	Dirección	Mandos	Técnicos	Empleados	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Web de empresas	25,8%	87,4%	95,9%	91,2%	75,1%	75,3%	75,1%	71,6%
Contactos personales	74,6%	94,3%	45,3%	69,4%	70,9%	61,7%	67,1%	67,2%
Envío de CV	14,6%	82,7%	74,5%	88,6%	65,1%	71,7%	72,7%	73,1%
Intermediación Laboral Online	28,4%	70,4%	95,0%	54,3%	62,0%	69,0%	66,9%	63,2%
Prensa	43,5%	81,4%	62,3%	54,9%	60,5%	73,8%	79,5%	81,2%
Empresas selección	92,4%	68,7%	15,4%	9,6%	46,5%	47,5%	41,1%	41,2%
ETT	0,0%	5,8%	28,7%	78,5%	28,3%	24,6%	22,9%	22,9%
SPE	0,0%	0,5%	15,6%	59,9%	19,0%	15,0%	12,4%	12,5%
Asociaciones Profesionales	9,5%	8,2%	47,7%	6,9%	18,1%	14,3%	15,1%	17,9%
Centros de formación	2,6%	7,4%	21,6%	4,8%	9,1%	13,0%	15,2%	15,3%
Foros y ferias de Empleo	0,0%	0,0%	7,6%	2,7%	2,6%	7,5%	7,4%	8,8%

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

Tendencias futuras

La evolución de los mecanismos de intermediación, tanto por parte de los candidatos como por parte de las empresas, va a estar marcada por la conjunción de dos factores: la evolución del ciclo económico y la aparición de nuevas herramientas.

En el caso de continuidad en un entorno recesivo, se asistirá a una mayor demanda de mecanismos de alta especialización que maximicen las posibilidades de éxito del candidato. En este sentido destacarán las webs corporativas y, en determinados perfiles altamente especializados, las asociaciones profesionales. Dentro de este mismo contexto se observará una reducción aún mayor en el uso de los medios escritos.

Adecco es la empresa líder en gestión de Recursos Humanos, sector en el que ofrece un servicio integral a través de sus líneas de negocio especializadas en empleo temporal y selección (Adecco Office y Adecco Industrial), consultoría de selección (Adecco Professional a través de sus líneas especializadas por perfiles: Adecco Engineering & Technical, Adecco Finance & Legal, Adecco Information Technology, Adecco Medical & Science y Adecco Sales & Marketing), externalización de procesos (Adecco Outsourcing, Eurocen, Extel Crm, Eurovendex), consultoría de formación (Adecco Training) y servicios de recolocación (Create Lee Hecht Harrison). En España, Adecco cuenta con más de 300 delegaciones y una plantilla interna de más de 1.300 empleados.

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 57
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